

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
DEPARTEMENT LIFE SCIENCES UND FACILITY MANAGEMENT
INSTITUT UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN

«Starte! Relaunch 2017»

VERTRAULICH

Bachelorarbeit

von

Fohrler Isabelle

Bachelorstudiengang 2013

Abgabedatum 26. Oktober 2017

Studienrichtung Umweltingenieurwesen

Fachkorrektoren:

Dr. Müller Urs

ZHAW Life Sciences und Facility Management, Grüental, 8820 Wädenswil

Porro Tom

TOM PORRO – Nachhaltig kommuniziert, Seestrasse 78, 8805 Richterswil

Impressum

Schlagworte: «starte!», Pilotveranstaltung, Relaunch, Erfolgskontrolle, Evaluationsbericht, Empfehlungen

Keywords: «starte!», pilot event, relaunch, performance review, evaluation report, recommendations

Zitiervorschlag: Fohrlér, I. (2017) «starte! Relaunch 2017, Bachelorarbeit. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Wädenswil

Autorin: Isabelle Fohrlér
Langmattweg 18
4460 Gelterkinden
i.fohrlér@ekz.ch

Herausgeber: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Life Sciences und Facility Management
Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen
Grüental, 8820 Wädenswil

Zusammenfassung

Unter dem Projekttitel «starte! Relaunch 2017» entstand ein neues Format von der Informationsveranstaltung, für welche sich die Zürcher Kantonalbank (ZKB), das Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft (AWEL) und die Elektrizitätswerke des Kantons Zürich (EKZ) engagieren. Als Teil des Projektteams konnte die Autorin der vorliegenden Arbeit bei der Überarbeitung mitwirken, mit dem Ziel, passende Methoden zu erarbeiten, mit welchen die Pilotveranstaltung am 31. August 2017 evaluiert werden kann. Mit diesen Methoden, der Durchführung der Erfolgskontrolle und den Auswertungen entstand schlussendlich eine Sammlung von Empfehlungen.

Die Dokumentation zeigt den Prozess der Überarbeitung, die im Januar 2017 startete und mit der Pilotveranstaltung vom 31. August 2017 endete. Das neue Format beinhaltet eine Gesprächsrunde, welche nach Drehbuch läuft. Fünf animierte Kurzfilme führen in das jeweilige Thema ein, über welches anschließend diskutiert wird. Mit der Gesamtüberarbeitung änderte sich zusätzlich das Logo mit dem Logozusatz und dadurch auch das ganze Design. Dieses entstand aus den Animationsfilmen und ist auf der Internetseite und den Druckunterlagen zu finden. Die Erneuerung dieser Veranstaltung verursachte Kosten von rund 200'000 CHF.

Um den Erfolg der Pilotveranstaltung zu messen, wurden drei verschiedene Methoden erarbeitet. Eine Methode war ein Buzzer. Ein Terminal mit vier Druckknöpfen, welche unterschiedliche Gesichtsausdrücke und Farben entsprechend der Zufriedenheit aufweisen, mass die Kundenzufriedenheit. Dieser stand beim Ausgang und wurde durch einen Mitstudenten betreut. Die zweite Methode war ein Fragetalon, welche die Besuchenden ausfüllen und mit ein wenig Glück Reka-Checks im Wert von 250.00 CHF gewinnen konnten. Um herauszufinden, was den Besuchenden im Vergleich zum alten Format gefallen oder nicht gefallen hatte, wurde als dritte Methode vier Personen befragt, welche beide Veranstaltungen gesehen hatten.

Die Auswertung zeigte, dass 90% der Teilnehmenden mit der Veranstaltung zufrieden oder sehr zufrieden waren. Auch die 29 ausgefüllten Talons zeigten eine positive Tendenz. Knapp 80% der Befragten gefielen die Animationen, hatten den Inhalt verstanden und wissen nun, wie sie weiter vorgehen möchten. Die Meinungen der vier Befragten waren unterschiedlich. So kam dabei heraus, dass die Fragen aus dem Publikum für drei Personen fehlten. Ausserdem war der gesamte Ablauf für zwei Personen unübersichtlich. Worüber sie sich einig waren, war das neue Format mit der Gesprächsrunde und den Animationen. Zudem ist allen aufgefallen, dass der Dialog der Gesprächspartner noch nicht ganz flüssig und der Stadtpräsident als Gemeindevertretung beim Podium nicht optimal war.

Im Evaluationsbericht wurden die Auswertungen zusammengefasst und anschliessend diskutiert. Zusätzlich zu den Diskussionen der drei angewandten Methoden kam die Nachbesprechung mit den Projektpartnern. Aus der konstruktiven Kritik und den Verbesserungsvorschlägen seitens der Besuchenden und Projektmitglieder konnte zum Schluss eine Liste mit Empfehlung erstellt werden.

Abstract

Under the title „starte! Relaunch 2017“, a new format of information event was created, in which the Zürcher Kantonalbank (ZKB), the department of Waster, Water, Energy and Air (AWEL) and the “Elektrizitätswerke des Kantons Zürich (EKZ)” are working together. As part of the project team, the author of this paper was able to work towards the common goal of the project, which was to find fitting methods to evaluate the pilot event of August 31st 2017. With the help of these methods, the evaluation and the results of the analysis, a collection of recommendations were made.

The documentation shows the process of the relaunch that started in January 2017 and ended with the pilot event on August 31st 2017. The new format contains a round of scripted talks. Five animated short films introduce each topic that will be discussed afterwards. The relaunch also led to the redesign of the logo and therefore the whole corporate design of the format. The design was pulled from the style of the animated short films and is now visible on the website as well as in the printed documents.

In order to be able to measure the pilot event's success, three methods were used. The first method was a so-called Buzzer, a terminal with four buttons that show different facial expressions and colours. The customer happiness could be measured with the customers pressing the button according to their happiness. The second method was a questionnaire that the visitors of the event were asked to fill in. In order to ensure participation of the questionnaire, a prize of 250.00 CHF as Reka cheques was announced. In order to find out the differences between the old and new format regarding customer happiness, the method of interview was used as a third method with four people that had visited both formats of event.

The evaluation showed that 90% of the participants of the event were happy or very happy. The 29 filled in questionnaires also showed a positive tendency. About 80% of those questioned liked the animations, understood the content and now know how they will further proceed. The opinions of the four interviewees differed. Three people were missing the opportunities for questions and the whole structure of the event felt unclear to two of the four interviewees. All four agreed on the new format with the round of scripted talks. In addition, all four noticed that the dialogues of the talk partners weren't quite fluent yet and that the talk partner of the community leader was not fitting.

The evaluation report summarizes and discusses the evaluation and its results. In addition to the discussion of the three methods used, the post-event discussion with the project team was also added to the evaluation. The constructive criticism of both event participants and project team members finally led to a list of recommendations for future events.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	8
2	Dokumentation	9
2.1	Situationsanalyse	9
2.1.1	Ausgangslage	9
2.1.2	Problemanalyse	10
2.2	Ziele	11
2.2.1	iooi – Modell	12
2.3	Zielgruppe	13
2.4	Strategie und Positionierung	14
2.4.1	Strategie	14
2.4.2	Drehbuch	15
2.4.3	Animationen	16
2.4.4	Logo mit Claim	18
2.5	Botschaft	19
2.5.1	Beratungsprodukte	20
2.6	Kommunikationsmittel	21
2.6.1	Druckunterlagen	22
2.6.2	Internetseite (www.starte-zh.ch)	25
2.7	Massnahmen	25
2.8	Organisation	27
2.8.1	Überarbeitung von «starte! Relaunch 2017»	27
2.8.2	Laufendes Projekt und Veranstaltungen von «starte! – energetisch modernisieren»	29
2.8.3	Massnahmen und Vorbereitung Infoabend	30
2.9	Budget und Finanzierung	33
3	Erfolgskontrolle	34
3.1	Projektziel / Indikatoren	34
3.2	Zeitplan	36
3.3	Methode	36
3.3.1	Buzzer „happy or not“	38
3.3.2	Fragetalon	39
3.3.3	Besucherbefragung	42
3.3.4	Nachbesprechung mit Feedbackrunde	43
3.4	Auswertung	43
3.4.1	Auswertung Buzzer	43
3.4.2	Auswertung Fragetalon	44
3.4.3	Auswertung Besucherbefragung	49

4	Evaluationsbericht	50
4.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	51
4.1.1	Buzzer	51
4.1.2	Fragetalon	51
4.1.3	Besucherbefragung	51
4.2	Diskussion	52
4.2.1	Diskussion Buzzer	52
4.2.2	Diskussion Fragetalon	53
4.2.3	Diskussion Besucherbefragung	54
4.2.4	Diskussion der Nachbesprechung mit dem Projektteam	55
5	Empfehlungen	57
5.1	Optimierungs- und Änderungsvorschläge	57
5.2	Messvorschläge der langfristigen Ziele	60
6	Eigene Erkenntnisse	61
7	Literaturverzeichnis	63

Abkürzungsverzeichnis

AWEL	Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft
BD	Baudirektion Kanton Zürich
CD	Corporate Design
CHF	Schweizer Franken
EKZ	Elektrizitätswerke des Kantons Zürich
GEAK	Gebäudeausweis des Kantons
Reka	Schweizer Reisekasse (Reka- Check)
ZKB	Züricher Kantonalbank

1 Einleitung

Mit dem Aktionsprogramm «starte! – energetisch modernisieren» engagieren sich die Zürcher Kantonalbank (ZKB), das Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft (AWEL) und die Elektrizitätswerke des Kantons Zürich (EKZ) seit 2009 gemeinsam im Thema der energetisch sinnvollen Gebäudemodernisierung. Im Zentrum des Programms steht bis heute eine öffentliche Informationsveranstaltung. Eine solcher Anlass beinhaltet jeweils einen Referatsteil, eine Tischausstellung mit ausgewählten Fachpartnern sowie einen abschliessenden Apéro. Die Anlässe können ausschliesslich von Gemeinden im Kanton Zürich gebucht werden.

Im 2017 findet ein Relaunch (Neugestaltung) unter dem Arbeitstitel «starte! Relaunch 2017» des Programms statt, in dem die Informationsveranstaltung in ein neues Format im Stil der SRF-Politsendung «Arena» überführt wird (Wikipedia, 2017). Überarbeitet wird ausschliesslich der Referatsteil. Mit einer Pilotveranstaltung wird das neue Format getestet und evaluiert.

Als Teil des Projektteams ist es der Autorin der vorliegenden Arbeit erlaubt, das neue Format mitzugestalten und eine Erfolgskontrolle zu entwickeln. Für die Methodenwahl hilft die Dokumentation der gesamten Entwicklung dieser Informationsveranstaltungen, vom Änderungsbeschluss bis hin zur Durchführung. Die erarbeitete Erfolgskontrolle wird an der Pilotveranstaltung vom 31. August 2017 in Wädenswil durchgeführt und anschliessend ausgewertet.

Bisher wurden ausschliesslich Statistiken über die Besucheranzahl der durchgeführten Veranstaltungen in den Gemeinden erhoben (siehe Anhang 1 Statistik «starte!» 2013 – 2017). Jedoch wurde bei einer einzelnen Veranstaltung laut Frau Evelyn Rubli, Initiantin des Projekts «starte!», noch nie eine Erfolgskontrolle durchgeführt. Daher liegt der Fokus der Erfolgskontrolle auf der Besucherzufriedenheit und dem Nutzen der Pilotveranstaltung.

Ziel dieser Arbeit ist es, die Überarbeitung «starte! Relaunch 2017» zu dokumentieren und daraus eine aussagekräftige Erfolgskontrolle zu entwickeln und an der Pilotveranstaltung durchzuführen. Sie soll dem Projektteam zeigen, wie die Veranstaltung bei den Besuchern ankommt. Der Vergleich vom alten zum neuen Format wird durch vier Besucherbefragungen evaluiert, welche die alte wie auch die neue Veranstaltung kennen. Das Resultat liegt als Bericht, um allfällige Änderungen bei der Umsetzung durchzuführen, vor.

2 Dokumentation

Im Januar 2017 startete die Überarbeitung der Veranstaltung unter dem Namen «starte! Relaunch 2017».

Das Projektteam stellt sich aus folgenden Personen zusammen:

- Frau Antje Horvath, Baudirektion Kanton Zürich/AWEL
- Herr Gian Cavigelli, EKZ
- Herr Beat Schümperli, ZKB
- Frau Evelyn Rubli, EKZ (bis Ende März 2017)
- Frau Isabelle Fohrler, Studentin und Mitarbeiterin bei den EKZ
- Herr Tom Porro, Projektleitung (TOM PORRO – nachhaltig kommuniziert)

Diese sechs Mitglieder (ab April 2017 fünf Mitglieder) haben sich während 16 Projektteam- Sitzungen und einem Trainingsnachmittag für die Pilotveranstaltung getroffen und das Format, wie es heute ausgeführt wird, erarbeitet.

In diesem Kapitel werden die Vorgehensschritte der Überarbeitung des Projekts «starte! Relaunch 2017» dokumentiert und erklärt.

Das Skript Umweltkommunikation (Müller & Bättig-Frey, 2016) von der Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation der Zürcher Fachhochschule für Angewandte Wissenschaften dient als Leitfaden für die Dokumentation des Projektprozesses. Die Beschlüsse zu den jeweiligen Themen haben nicht in derselben Reihenfolge wie die hier vorliegende Dokumentation stattgefunden. Da jedes Protokoll und die jeweiligen Beilagen aus mehr als einer Seite bestehen, sind die von 1 – 16 nummerierten Protokolle wie auch das Drehbuch auf einem digitalen Speicher mit der Bezeichnung Anhang 3 aufgeführt.

2.1 Situationsanalyse

Die Situationsanalyse besteht aus der Ausgangslage und der Problemanalyse.

2.1.1 Ausgangslage

Von 2009 bis 2012 wurden 62 Veranstaltungen unter dem Slogan «Jetzt energetisch modernisieren» durchgeführt. Nach der Überarbeitung zu «starte! - jetzt energetisch modernisieren» im Jahr 2013 konnten bis Mai 2017 weitere 53 besucht werden (Anhang 1 Statistik «starte!» 2013 – 2017). Die zwei Logos (siehe Abbildung 1 und Abbildung 2), wurden aus der internen Datensammlung von «starte!» entnommen.



Abbildung 1: Logo 2009 – 2012

Abbildung 2: Logo 2013 – 2017

Die Informationsveranstaltung, die seit 2013 bis 2017 läuft, beinhaltet eine Tischausstellung von Fachpartnern, welche den Besucherinnen und Besuchern Auskünfte über Inhalte zu Fenstern, Dämmmaterial, Solaranlagen und weitere bauliche Modernisierungsmassnahmen geben. Anschliessend an die Ausstellung, die 30 Minuten dauert, folgt ein 60-minütiges Referat. Nacheinander referieren eine Vertreterin oder Vertreter von den EKZ, von der ZKB und vom AWEL, ihre jeweiligen Schwerpunkte rund um das Thema Gebäudemodernisierung. Nach dem Referatsteil haben die Besuchenden nochmals die Möglichkeit, bei den Fachpartnern Informationen einzuholen und eventuelle Fragen beantworten zu lassen.

Bis jetzt konnten die Gemeinden aus dem Kanton Zürich die kostenlose Veranstaltung über die Internetseite www.starte-zh.ch buchen. Als veranstaltende Gemeinde laden sie ihre Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer zur eintrittsfreien Veranstaltung ein. Die Gemeinde organisiert zudem die Räumlichkeiten und stellt einen Apéro zur Verfügung.

2.1.2 Problemanalyse

Eine Erfolgskontrolle zu den vergangenen Veranstaltungen wurde keine durchgeführt. Es sind jedoch Statistiken der einzelnen Veranstaltungen vorhanden. Aus diesen Statistiken (Anhang 1 Statistik «starte!» 2013 – 2017) ist zu entnehmen, dass die Besucherzahlen seit 2014 sinken (siehe Tabelle 1). Dabei ist zu beachten, dass alle Gemeinden unterschiedlich viele Eigenheimbesitzer aufweisen und dadurch auch die Anzahl Besuchender stark variieren kann.

Nach drei Jahren mit demselben Format war es gemäss Frau Evelyn Rubli, der ehemaligen Leiterin der Energieberatung der EKZ, Zeit für eine Auffrischung. Ein weiterer Punkt war, dass das Mandat von der Projektleitung neu ausgeschrieben werden musste. Vorher war dies eine Vertretung des Unternehmens Energie Zukunft Schweiz. Seit dem 24. Januar 2017 ist es Herr Tom Porro, Geschäftsinhaber von *TOM PORRO - nachhaltig kommuniziert* (1_Protokoll). Durch die neue Besetzung musste auch das Corporate Design (CD) geändert werden.

Die Projektgruppe war sich einig, dass der Internetauftritt von «starte!» für die Benutzerinnen und Benutzer unübersichtlich und der Prozess für eine Produktbuchung aufwändig und nicht zielgruppengerecht ist (8_Protokoll). Über das sogenannte Workflow-Tool wurden sämtliche Produktbestellungen (GEAK® plus, Heizungsersatz, Solarenergie) mit hohem personellem Aufwand abgewickelt (12_Protokoll).

Tabelle 1: Durchschnittliche Besucherzahlen der Veranstaltungen von 2013 bis 2017 (Anhang 1 Statistik «starte!» 2013 – 2017)

Jahr	2013	2014	2015	2016	2017
Anzahl Veranstaltungen	8	22	10	7	2
Durchschnittliche Besucherzahl	88.1	101.1	75.2	59.9	100

Diese Tabelle veranschaulicht, dass die durchschnittliche Besucherzahl seit 2014 sank. 2017 ist nicht aussagekräftig, da nur zwei Veranstaltungen durchgeführt wurden.

2.2 Ziele

«starte! – energetisch modernisieren» soll in einem neuen, frischen Format die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer der Gemeinden des Kantons Zürich über das Thema Gebäudemodernisierung informieren. Die drei bisherigen Programmpartner (AWEL, EKZ, ZKB) entschieden sich für eine inhaltliche und vor allem formelle Überarbeitung des Programms (1_Protokoll).

Mit der Überarbeitung soll das Interesse der Gemeinden wie auch der Einwohnerinnen und Einwohner geweckt werden und es soll mehr Besucherinnen oder Besucher anlocken.

Der Themenfokus soll neu auf den eigenen Beratungsprodukten und deren Vorteile liegen. Neu zu den bestehenden Angeboten, kommt das Produkt Finanzierungsberatung von der ZKB dazu (siehe Kapitel 2.5 Botschaft). Die Besuchenden erhalten Auskünfte, wie sie die energetische Qualität ihrer Liegenschaft bewerten lassen können, wie der Energieverbrauch reduziert werden kann und wie das Vorgehen bei einer energetischen Modernisierung aussieht. Zudem gibt die ZKB Auskünfte bezüglich den Finanzierungsmöglichkeiten.

Der frontal gehaltene Referatsteil ändert sich zu einer lockeren Gesprächsrunde. Vier Personen, geführt durch eine Moderatorin oder einen Moderator, diskutieren über die Themen GEAK[®] plus, Heizungersatz, Solarernergie und Finanzierung. In der ca. 60-minütigen Gesprächsrunde stehen die Beratungsprodukte im Zentrum und werden detailliert vorgestellt. Die Gesprächsrunde sollte nach einem vorliegenden Drehbuch ablaufen. Dies sollte für die Besuchenden jedoch nicht als Einschränkung erkennbar sein, sondern durch den Moderator oder die Moderatorin so gesteuert und durchgeführt werden. Der Einstieg zu den einzelnen Themenblöcken wird durch ca. dreiminütige Kurzanimationen gemacht. Eine Animation stellt das jeweilige Produkt vor und setzt die Grundlage für das anschliessende Gespräch. Um den Bezug zu der jeweiligen Gemeinde, in der die Veranstaltung durchgeführt wird, zu stärken, wird eine Vertretung der durchführenden Gemeinde in der Gesprächsrunde miteinbezogen (Anhang 3 Leistungsbeschreibung Projektleitung).

Wie im Kapitel 2.1.2 Problemanalyse erwähnt, geht die Änderung des Corporate Design (CD) einher mit der Mandatsänderung. Das neue Design soll modern und frisch daher kommen und einen Wiedererkennungswert aufzeigen. Die bis jetzt unübersichtliche Internetseite ist so zu vereinfachen, dass die Besucherinnen oder Besucher sich auf der ersten Seite zurecht finden und ein Produkt schnell und einfach buchen können.

2.2.1 iooi – Modell

Das iooi-Modell (impact – outcome – output – input) ist eine Planungs- und Evaluationshilfe und zeigt die Engagementstrategie der Veranstaltung auf. Sie unterscheidet die vier Wirkungsebenen (Blockhaus, 2010). Folgend sind die Ziele und Massnahmen zusammengefasst aufgelistet. Diese Ziele wurden im Verlauf der Überarbeitung zusammen mit den Projektpartnern definiert.

Tabelle 2: iooi - Modell (Kurz & Kubek, 2013)

Ebene	Ziele / Massnahmen
Impact (Wirkungsebene)	<ul style="list-style-type: none">• Die Veranstaltung trägt dazu bei, dass es eine Reduktion der CO₂-Emissionen im Gebäudebereich gibt• Die Besuchenden werden für energetisch nachhaltige Renovationen sensibilisiert
Outcome (Wirksamkeitsebene)	<ul style="list-style-type: none">• 20 Anlässe pro Jahr durchführen• 150 Personen nehmen an der Veranstaltung teil• Die Besucherinnen und Besucher kennen die Beratungsprodukte und ihre Möglichkeiten• Die Besucherinnen und Besucher nehmen die Beratungsprodukte in Anspruch• Die Besucherzahl erhöht sich im Vergleich zu den Jahren 2013 bis 2016• Die Besucherinnen und Besucher sind mit der Veranstaltung zufrieden• Die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer modernisieren ihre Gebäude energetisch• Beratungen können schnell und einfach über die Internetseite gebucht werden.
Output (Massnahmen)	<ul style="list-style-type: none">• Durchführung der Informationsveranstaltung• Zweimal jährlich verschickt das AWEL Werbeflyer in die Gemeinden im Kanton Zürich.• Die Beratungsprodukte und deren Vorteile werden im Detail vorgestellt• Die Internetseite www.starte-zh.ch wird überarbeitet für eine kundenfreundliche Handhabung und Vereinfachung der Buchungen von Beratungsprodukten oder Infoveranstaltungen• Abgabe einer Dokumappe mit den wichtigsten Informationen zu den Beratungsprodukten und den Fachpartnern
Input (Ressourcen)	<ul style="list-style-type: none">• Projektpartner / Fachpartner• 4 Podiumsteilnehmende und 1 Moderation• Ausstattung inkl. Logistiker• Druckunterlagen• Räumlichkeit mit Infrastruktur• Zeit• Geld

2.3 Zielgruppe

Gemäss Herr T. Porro handelt es sich bei den Besuchern mehrheitlich um Leute im Alter zwischen 55 und 70 Jahren. Vielversprechendste Zielgruppe der Veranstaltungen sollten die sogenannten Postmateriellen sein. In der Abbildung der Sinus-Milieus der Schweiz ist diese Gruppe von Menschen ausgeschieden. Allgemein leben die Postmateriellen gesund und bewusst und sind sozial und ökologisch engagiert. Nachhaltigkeit spielt für diese Zielgruppe eine grosse Rolle. Sie gehören zu der mittleren und oberen Mittelschicht bis zur Oberschicht (Ryf, 2016).

Die Sinus-Milieus® in der Schweiz 2016

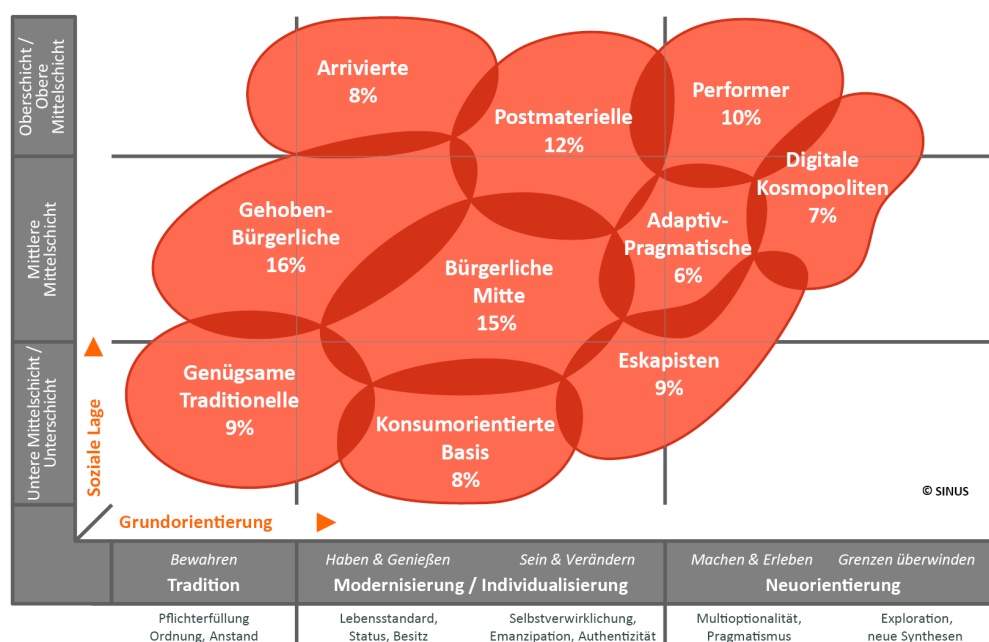


Abbildung 3: Die Sinus- Milieus der Schweiz

Im Fokus stehen die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer von Einfamilienhäusern oder kleinen Mehrfamilienhäusern mit maximal 6 Wohneinheiten, deren Gebäudejahrgang älter als 2000 ist (Anhang 2 Broschüre der Beratungsprodukte).

Von den Förderprogrammen für Solarberatung und Heizungsersatzberatung profitieren Kunden der EKZ. Die Informationen bezüglich Finanzen werden von der Zürcher Kantonalbank vermittelt. Diese Infos sind daher auf Kunden der ZKB ausgelegt. Von den kantonalen Förderprogrammen und -aktionen des AWEL profitieren alle Besitzer, welche ihre Liegenschaften im Kanton Zürich haben.

Zusammengefasst sind die Personen dieser Zielgruppe:

- Eigentümer von Wohneigentum im Kanton Zürich
- EKZ- Kunden
- ZKB- Kunden
- zahlungskräftig
- zukunftsorientiert



Abbildung 4: «starte!» - Veranstaltung Wädenswil (Foto: Herr Cyril Hofer)

2.4 Strategie und Positionierung

Das folgende Kapitel zeigt auf, wie die Veranstaltung aufgebaut ist, wie geworben wird und wie die Schritte der Überarbeitung ausgesehen haben. Tabelle 4 zeigt den vereinfachten Ablauf der Überarbeitung, die im Januar 2017 startete. Der detaillierte Terminplan ist im Anhang 3 (Zeitplan/Terminplan) ersichtlich.

Tabelle 3: Vereinfachter Zeitplan der Überarbeitung (Anhang 3 Zeitplan/Projektplan)

Phasen / Themen	Feb.	März	Apr.	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept.
Grundlagen								
Themen								
Produktion								
Pilot								
Pilotveranstaltung								
Review								

2.4.1 Strategie

Um die oben genannte Zielgruppe zu erreichen, ist die Gemeinde aufgefordert, die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer anzuschreiben und einzuladen. Diese können profitieren, da diese Ortschaft eventuelle Aktionen oder Förderprogramme haben, die es in einer anderen Gemeinde nicht gibt. Der Anlass ist jedoch für alle Interessierten zugänglich. Die eingeladenen Personen müssen sich nicht anmelden. Es ist den Eingeladenen frei überlassen, ob sie die Gelegenheit nutzen, die Informationen an der Veranstaltung abzuholen.

Um jährlich 20 Veranstaltungen durchzuführen, verschickt das AWEL Werbeflyer in die Gemeinden des Kantons Zürich. Auf den Internetseiten der EKZ und der ZKB wird für «starte!» geworben und der Link auf die eigene Homepage gemacht. Unter www.ekz.ch zeigt das erste Suchresultat mit dem Suchbegriff

„starte!“ den Link zu dem Eintrag. Bei der ZKB ist dies nicht möglich. Dort ist der Suchbegriff „Veranstaltung“ einzutragen. Aber auch dort verweist das erste Suchresultat auf «starte!». Im Hinblick auf die Neulancierung von «starte!» und der entsprechenden Pilotveranstaltung in Wädenswil wurde eine einmalige Medienmitteilung und Einladung an alle Medienschaffenden im Kanton Zürich von der Baudirektion versandt. Auf weitere Öffentlichkeitsarbeit wird verzichtet (Anhang 3, 15_Protokoll).

Wie in der Aufgabenstellung zu entnehmen ist, ändert sich der Informationsteil von frontalen Informationsvermittelnden Vorträgen zu einer interaktiven Gesprächsrunde. Die Gesprächsrunde ist darauf fokussiert, den Teilnehmenden Fakten zu vermitteln, was sie mit einer energetischen Modernisierung erreichen können. Die Kernbotschaft liegt auf den Produkten der drei Projektpartner. Diese zeigen auf, wie die Hausbesitzer vorgehen können um umweltgerechtere Haustechnik anzuwenden. Mehr dazu im Kapitel 2.5 Botschaft.

2.4.2 Drehbuch

Wie aus dem Kapitel 2.2 Ziele zu entnehmen ist, wird in der Gesprächsrunde nach Drehbuch moderiert. Dieses erstellte Herr T. Porro aus den Informationen der vorherigen Veranstaltungen und mit der im Protokoll 2 (Anhang 3 2_Protokoll) besprochenen Themensammlung. Daraus entwickelte sich das Drehbuch mit den Inhalten:

1. Begrüssung (durch die Moderation)
2. Off-Text Einleitung / Allgemeines
Gesprächsrunde Einleitung / Allgemeines
3. Off-Text GEAK[®]plus
Gesprächsrunde GEAK[®]plus
4. Off-Text Heizungsersatz
Gesprächsrunde Heizungsersatz
5. Off-Text Solarenergie
Gesprächsrunde Solarenergie
6. Off-Text Finanzberatung
Gesprächsrunde Finanzierungsberatung
7. Fazit / Zusammenfassung

Der erste Entwurf wurde von den Projektpartnern kontrolliert und inhaltlich angepasst (Anhang 3 Drehbuch). Der Off-Text ist der Text, der in den Animationsfilmen gesprochen wird. Der Dialog, zwischen den Gesprächspartnern nennt sich hier Gesprächsrunde. Für die Pilotveranstaltung liegt zusätzlich ein Dialogdokument vor, welches den verkürzten Text des Drehbuches zeigt. Dieses Dokument hilft den Gesprächspartnern, dass sie den Überblick des Ablaufes während der Veranstaltung haben und zeigt die Fragen resp. die Antworten der einzelnen Gesprächspartner (Anhang 1 Dialog / Podium «starte!»).

2.4.3 Animationen

Aufbauend auf die Off-Texte, erarbeitete Herr R. Villiger von der Firma ix creations GmbH die Animationsfilme. Anhand eines Storyboards (siehe Abbildung 10), einem Szenenbuch der einzelnen Animationen, und einem ersten Animationsvorschlag, konnten in den Partnersitzungen diese Filme einzeln besprochen und angepasst werden. Die Änderungen führte Herr R. Villiger auf die jeweilige Folgesitzung aus.

Die untenstehenden Abbildungen zeigen die Titelfbilder der fünf verschiedenen Animationen (Anhang 3 7_Protokoll_PP). Jede Animation ist gekennzeichnet mit einem Icon (siehe Abbildung 6 - 9) und der spezifischen Hintergrundfarbe. Diese sind in allen Animationen zu sehen und dienen als Erkennungswert. Die vollständigen Filme sind unter <https://www.starte-zh.ch/fuer-hauseigentuemer> ersichtlich. Der Wiedererkennungswert tritt auch auf der Internetseite auf, da die Icons wie auch die Farben wieder auftauchen. Die Animationen sind von Anita Richner synchronisiert, welche in der Deutschschweiz eine bekannte Radiostimme ist (Journalistin bei Schweizer Radio und Fernsehen SRF).

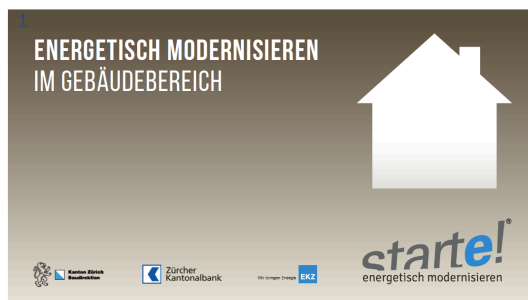


Abbildung 5: Titelbild Allgemesines



Abbildung 6: Titelbild GEAK[®] plus



Abbildung 7: Titelbild Heizungsersatz



Abbildung 8: Titelbild Solarenergie

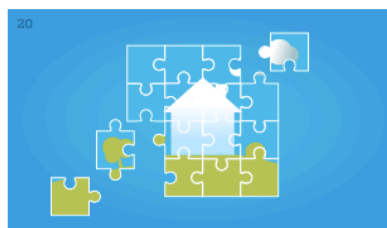


Abbildung 9: Titelbild Finanzierung



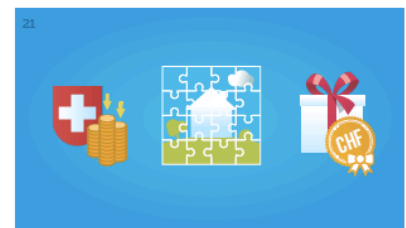
Zur Beantwortung dieser Fragen lohnt es sich, frühzeitig mit einem Berater der Bank zusammen zu kommen.

Beraterin kommt dazu



Gemeinsam werden die Gebäudestrategie, Ihre finanzielle Gesamtsituation und der Finanzierungsbedarf geklärt.

Puzzle wird zusammengesetzt



Zudem werden Ihnen die steuerlichen Vorteile einer Modernisierung und die möglichen Förderbeiträge aufgezeigt.

Symbole werden eingeblendet

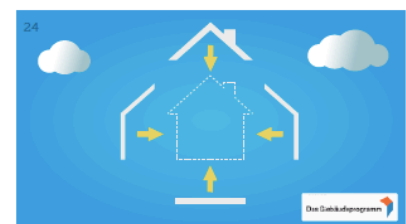


Beim Thema Förderbeiträge ist vor allem das national gültige...

Zoom auf Förderbeiträge



«Gebäudeprogramm» interessant. Dieses unterstützt unter anderem Massnahmen bei Erneuerungen der Gebäudehülle;



genauer die Wärmedämmung von Fassade, Dach, Wand und Boden gegen Erdreich. Und das sind Bedingungen für die Unterstützung durch das «Gebäudeprogramm»:

Grafik wird aufgebaut

Abbildung 10: Ausschnitt aus dem Storyboard der Animation der Finanzberatung (Anhang 3 14_Protokoll_PP)

Aus diesen Animationen entstanden die Icons, welche mit einem Blick aufzeigen, um welches Thema es sich handelt. Als weitere Wiedererkennungen gelten die animierten Personen, welche in den Filmen vorkommen. Diese finden auch auf den Druckunterlagen, wie beispielsweise auf der Einladung, wieder Verwendung (siehe Abbildung 12).



Abbildung 11: Icons (Anhang 3 8_Protokoll_PP)

2.4.4 Logo mit Claim



Abbildung 12: Vorderseite der Einladung für die Pilotveranstaltung (Anhang 3 12_Protokoll_PP)

Wie auf der Einladung zu erkennen ist, steht in der oberen Ecke das Logo von «starte!». An Schrift und den Farbgebung des Logos wurde nichts verändert. Wie aus der Abbildung 13 zu entnehmen heisst der Claim (Logozusatz) jedoch nicht mehr *jetzt energetisch modernisieren* sondern nur noch *energetisch modernisieren* (Anhang 3 7_Protokoll).



Abbildung 13: Logo mit Claim seit 2017

2.5 Botschaft

Die Veranstaltung besteht aus einer Fachpartnerausstellung, die vor und nach der Gesprächsrunde den Besuchern die Möglichkeit gibt, den Fachleuten spezifische Fragen zu stellen (Anhang 3 1_Protokoll). Die Kernbotschaften sind in den Gesprächsrunden enthalten und haben folgenden Inhalt:

Tabelle 4: Botschaft der Gesprächsrunde (Anhang 3 Drehbuch)

Thema	Botschaft
Begrüssung	<ul style="list-style-type: none">• Vorstellung der Gesprächspartner durch die Moderation• Dank an die Gemeinde
Einleitung Animation	<ul style="list-style-type: none">• Allgemeine Fragestellungen, Programm «starte!» und ihre Partner• Energieverbrauch Schweiz• Modernisierungsbedarf im Gebäudebereich
Einleitung Dialog	<ul style="list-style-type: none">• Kein Patentrezept• Beratungsprodukte als Entscheidungsgrundlage• Modernisierung vs. Ersatzneubau
GEAK [®] plus Animation	<ul style="list-style-type: none">• Energieetikette• GEAK[®]• GEAK[®]plus• Expertinnen und Experten
GEAK [®] plus Dialog	<ul style="list-style-type: none">• Zeitpunkt der Durchführung eines GEAK• Eignung• Varianten- Unterschied• MINERGIE[®]• Kosten / Förderung• Steuerabzüge
Heizungsersatz Animation	<ul style="list-style-type: none">• Anzahl Gebäude• Energieträger• Machbarkeit• Finanzielle Aspekte• Versorgungssicherheit• Umwelt / Klima• Wohnkomfort• Systemvergleich
Heizungsersatz Dialog	<ul style="list-style-type: none">• Handlungsbedarf / Warum überhaupt?• Richtiger Zeitpunkt• Vergleich Wärmepumpe (WP) Luft vs. WP Erdwärme• Kosten• Förderung / Steuern• Gründe, die gegen oder für eine WP spricht• Funktionsweise• Schutzgebiete
Solarenergie Animation	<ul style="list-style-type: none">• Energiequelle Sonne• Passive Nutzung• Funktion Solarthermie• Funktion Photovoltaik• Beratungsprodukt

Solarenergie Dialog	<ul style="list-style-type: none"> • Eignung der Fläche • Baulicher Zustand des Daches • Kombiutzung • Förderung / Steuern • Baubewilligung
Finanzierung Animation	<ul style="list-style-type: none"> • Werterhaltung / Wertsteigerung • Finanzierungsbeispiel • Eigen- / Fremdkapital • Umweltdarlehen • Förderbeiträge • Finanzierungsberatung
Finanzierung Dialog	<ul style="list-style-type: none"> • Grundsatzentscheidung • Lebensphase der Eigentümer • Umweltdarlehen • Gemeinde • Vollzug Förderprogramme
Fazit / Zusammenfassung	<ul style="list-style-type: none"> • Empfehlungen durch AWEL / EKZ / ZKB • Verweis auf Expertinnen und Experten vor Ort und Internetseite • Danksagung durch Moderation und Gemeinde • Verweis auf den Fragetalon mit Verlosung

Am Ende einer Animation wird der Film gestoppt und es erscheint auf der Leinwand eine schwarze Fläche. Für die nächste Animation lässt die Moderation den Film wieder starten.

2.5.1 Beratungsprodukte

Das Hauptziel der Veranstaltung ist es, die Besuchenden über die vier Beratungsprodukte (siehe Tabelle 5) zu informieren und Ihnen aufzeigen wo und wie sie die Produkte bestellen können.

Tabelle 5: Vorgestellte Beratungsprodukte (siehe Anhang 2 Broschüre der Beratungsprodukte)

Produkt	Produktbeschreibung	Ausführende Unternehmen
GEAK [®] plus	Energetische Zustandsbeurteilung mit Varianten zur Gebäudemodernisierung	GEAK [®] (Gebäudeenergieausweis der Kantone)
Heizungsersatz	Entscheidungsgrundlage für ein neues umweltfreundliches Heizungssystem.	EKZ (Elektrizitätswerke des Kantons Zürich)
Solarenergie	Entscheidungsgrundlage für die Nutzung von Sonnenenergie (Solarthermie / Photovoltaik)	EKZ (Elektrizitätswerke des Kantons Zürich)
Finanzierungsberatung	Entscheidungsgrundlage für die Finanzierung Ihres Vorhabens	ZKB (Zürcher Kantonalbank)

Auf die detaillierte Botschaft der Gesprächsrunde wird verzichtet, da es den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Die thematisch-inhaltlichen Informationen sind aus dem Drehbuch (Anhang 3 Drehbuch) zu entnehmen. Auch auf die Fachpartnerausstellung und den Apéro wird nicht weiter eingegangen, weil er seit den Anfängen der Veranstaltung unverändert besteht. Zu erwähnen ist jedoch, dass neu während der

Fachpartnerausstellung Hintergrundmusik läuft sowie auf der Leinwand eine Abfolge von Folien der Projekt- und Fachpartner (Anhang 3 FP_Folien_starte).

Tabelle 6: Zeitplan Ablauf Infoabend (Anhang 3 12_Protokoll_PP)

		18:15	19:00	20:00	
Fachausstellung					45'
Begrüssung					5'
Thematische Einleitung	Animation				3'
	Dialog				10'
GEAK® plus	Animation				3'
	Dialog				10'
Heizungsersatz	Animation				3'
	Dialog				10'
Solarenergie	Animation				3'
	Dialog				10'
Finanzierungsberatung	Animation				3'
	Dialog				10'
Fazit / Dank / Appell					5'
Apéro / Fachausstellung					45'
Total					165'

Tabelle 6 zeigt den Ablauf inkl. Zeitplan der gesamten Veranstaltung. Bei diesem Zeitplan fängt die Veranstaltung um 18:15 Uhr an, dies kann jedoch je nach Gemeinde variieren.

2.6 Kommunikationsmittel

Im Kapitel 2.4 Strategie und Positionierung wurde das Layout der Animationsfilme, des Logos und der Icons vorgestellt. Mit den Erneuerungen mussten auch alle Kommunikationsmittel angepasst werden welche wie zuvor aus Druckunterlagen und der Internetseite bestehen.

Eine weitere Art von Kommunikationsmittel ist die Mund zu Mund Propaganda. Dies ist eine mündliche Weitergabe in einem persönlichen Gespräch (Müller & Bättig-Frey, 2016) mit beispielsweise einer Beraterin oder einem Berater.

2.6.1 Druckunterlagen

In mehreren Sitzungen wurden die Druckunterlagen erarbeitet und gestaltet (Anhang 3 12/13_Protokoll_PP).

Tabelle 7: Auflistung der verschiedenen Druckunterlagen (Anhang 3 9_Protokoll)

Druckunterlagen	Erläuterung
Einladungsschreiben	Das Einladungsschreiben (inkl. Einladungsflyer) wurde vom AWEL an die Kantonsräte, Stadt- und Gemeindekanzleien im Kanton Zürich versendet. Dies im Rahmen des Relaunchs von «starte!» als einmalige Aktion. Das Design dieses Schreibens war nicht, wie die andern Druckunterlagen, von «starte!», sondern eine Vorlage von der Baudirektion des Kantons Zürich (siehe Abbildung 14).
Brief an die Hauseigentümer	Die Projektpartner gestalteten eine Wordvorlage der Einladung. Die Gemeinde nutzt die Vorlage für einen Serienbrief mit den Adressen der Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer. Dieser ist für jede weitere Veranstaltung anzupassen (siehe Abbildung 15).
Einladungsflyer	Die Einladungsflyer werden den Briefen an die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer und dem Einladungsschreiben beigelegt. Die aktuellen Flyer sind auch auf der Internetseite hochgeladen. Die Druckauflage entspricht der Anzahl an Einladungen. Für jede weitere Veranstaltung ist der Flyer anzupassen (siehe Abbildung 16).
Broschüre der Beratungsprodukte	Die Broschüren geben eine Übersicht der Beratungsprodukte mit den wichtigsten Informationen. Diese ist in der Dokumappe oder auf der Internetseite von «starte!». (siehe Abbildung 17)
Dokumappe	Die Dokumappe kann nach der Veranstaltung an sich genommen werden. Darin sind die Broschüre der Beratungsprodukte, der Fragetalon und weitere Prospekte von den Projekt- und Fachpartnern (siehe Abbildung 18).
Umfragetalon	Direkt nach der Pilotveranstaltung können die Zuschauer den Umfragetalon abgeben. Sie können dies auch zu einem späteren Zeitpunkt ausfüllen und den schon frankierten Talon zurückschicken. Für Wädenswil wurde der Talon mit einer Frist von neun Tagen versehen. Als Ansporn zum schnellen Zurücksenden gibt es eine Verlosung mit einem Gewinn von Reka-Checks im Wert von 250.00 CHF (siehe Kapitel 0 Fragetalon). Der Umfragetalon liegt in der Dokumappe und ist auch auf den Tischen verteilt.

Die folgenden Layoutbeispiele der Druckunterlagen sind als besser lesbare Exemplare im Anhang 2 aufgeführt.

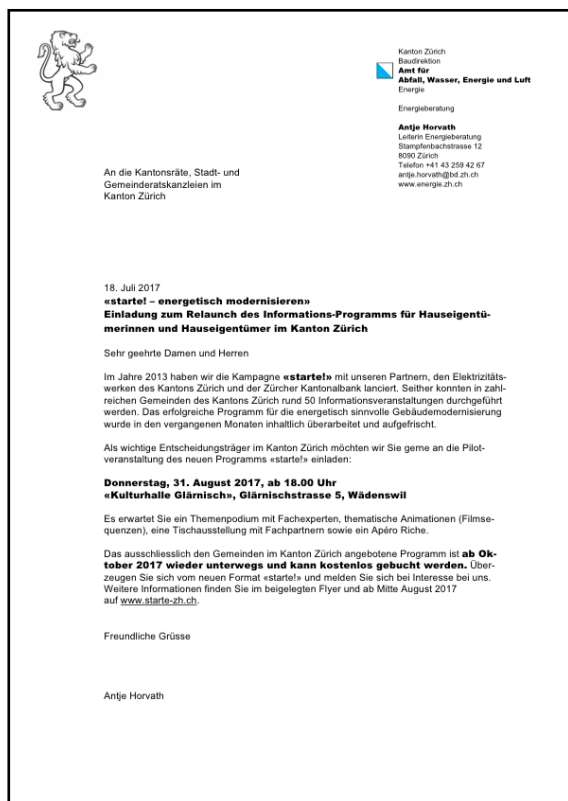


Abbildung 14: Einladungsschreiben (Anhang 2)



Abbildung 15: Brief an die Hauseigentümer (Anhang 2)



Abbildung 16: Einladungstalon (Anhang 2)





Abbildung 17: Broschüre der Beratungsprodukte (Anhang 2)



Abbildung 18: Dokumappe (Anhang 2)

2.6.2 Internetseite (www.starte-zh.ch)

Wie in der Problemanalyse erwähnt, war die ehemalige Internetseite nicht übersichtlich und eine Buchung einer Beratung war aufwändig. Zudem fehlte das Beratungsprodukt von der Zürcher Kantonalbank.

Für die Umsetzung des Designs und der Programmierung wurde die Zürcher Firma Gold Interactive GmbH beauftragt, die bereits den ehemaligen Internetauftritt realisiert hatte (Anhang 3 11_Protokoll).

Die stark vereinfachte zielgruppenorientierte Navigation und Benutzerführung hat folgendes Konzept für den interaktiven Auftritt von «starte!»:

- Allgemeine Informationen über «starte!»
- Informationen für Hauseigentümer
- Informationen für Gemeinden

Zusammen mit Goldinteractive GmbH konzipierten die Projektpartner die neue Internetseite mit derselben Adresse. Die Anforderungen an eine übersichtliche Darstellung und einfache Buchung der Infoveranstaltungen oder Beratungsprodukte konnten erfolgreich entwickelt werden.

Wie in den Animationen und den Druckunterlagen, kommen auch hier die animierten Figuren zum Einsatz. Mittels Sprechblasen vermitteln die Figuren die Kernbotschaft des jeweiligen Themas (Anhang 3 10_Protokoll).

Das Workflow-Tool wird weiterhin verwendet, jedoch sehr vereinfacht und nur noch für die Buchungen der GEAK®plus-Beratungen (www.geak.ch, Expertenliste). Die Beratungen für den Heizungsersatz, die Solarenergie und die Finanzierung sind direkt auf der Internetseite mittels eines Formulars buchbar (Anhang 3 12_Protokoll).

2.7 Massnahmen

Für die Veranstaltungen mit dem neuen Format «starte! – energetisch modernisieren» musste vorgängig eine Gemeinde gefunden werden, die die Pilotveranstaltung durchführen will. Die Energiestadt Wädenswil gab die Zusage mit dem Termin vom 31. August 2017 (Anhang 3 6_Protokoll).

Eine weitere Massnahme war die Anschaffung der Infrastruktur. Zukünftig projiziert der bisherige Kurzstanz-Beamer die Projektion auf eine höhenverstellbare Grossleinwand. Während der 60-minütigen Gesprächsrunde steht den Teilnehmenden eine Steh- / Sitzhilfe und ein Stehpult zur Verfügung. Die Stehpulte sind mit den Logos der Gemeinde an der Frontseite beschriftet (siehe Abbildung 19). Die Darstellungen der Animationen werden via iPad direkt auf den Beamer vorgenommen, dafür ist eine Schnittstelle (Verbindungsstück) notwendig. Die sonst benötigte Ausrüstung wie beispielsweise die Tonanlage oder Funkmikrofone sind bereits vorhanden. Das Logistikunternehmen Pape Werbe AG in Weiningen (www.pape-werbe-ag.ch) lagert die bestehende wie auch die neue Ausstattung (Anhang 3 13_Protokoll_PP).



Abbildung 19: Podium Pilotveranstaltung Wädenswil (Foto: Herr Cyril Hofer)

Es wurden folgende Neuanschaffungen getätigt:

- 1 x Leinwand (405 x 229cm, höhenverstellbar)
- 5 x Stehpult (Z-Form, stapelbar)
- 5 x Stehhilfe (KINETICis5 700K, höhenverstellbar)
- 1 x iPad / Schnittstelle zum Beamer
- 5 x Beschriftung (an Stehpulte)

2.8 Organisation

In diesem Kapitel geht es darum, Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten festzulegen. Dies ist aufzuteilen in die Organisation der Überarbeitung von «starte! Relaunch 2017», der Organisation des Gesamtprojektes «starte! – energetisch modernisieren» und weitere Massnahmen für die Organisation der Veranstaltungen seitens Hauptakteure.

2.8.1 Überarbeitung von «starte! Relaunch 2017»

Die Hauptorganisation für die Überarbeitung von «starte!» liegt bei den Auftraggebern, dem Projektleiter und dessen Stellvertretung (Akteure). In der folgenden Tabelle sind diese namentlich genannt und ihre Aufgaben aufgelistet.

Tabelle 8: Hauptakteure und deren Aufgaben während der Überarbeitung von «starte! Relaunch 2017» (eigene Zusammenstellung)

Hauptakteure	Personen	Aufgaben
Auftraggeber (AWEL, EKZ, ZKB)	Antje Horvath Gian Cavigelli Beat Schümperli	<ul style="list-style-type: none">• Überarbeitung des neuen Formates• Teil des Projektteams und haben somit volle Entscheidungsgewalt• Stellen die finanziellen Mittel zur Verfügung
Projektleitung (TOM PORRO – Nachhaltig kommuniziert)	Tom Porro	<ul style="list-style-type: none">• Entwicklung der konzeptionellen Grundlage für das neue Format• Gestaltung der Druckunterlagen• Projektteam- Sitzungen (Vorbereitung, Einladung/Traktanden, Leitung, Protokoll)• Kommunikation und Koordination mit externen Leistungserbringern und Partnern (Ausschreibung, Begleitung, Anschaffungen etc.)• Finanzplanung, Controlling, Abrechnung (1_Protokoll)
Assistenz / Stellvertretung Projektleitung (TOM PORRO – Nachhaltig kommuniziert)	Cyril Hofer	<p>Er unterstützt Herr T. Porro bei folgenden Punkten:</p> <ul style="list-style-type: none">• Entwicklung des neuen Formates• Vorbereitung der Druckunterlagen• Allg. Vorbereitung für die Veranstaltung• Auf- und Abbau bei der Veranstaltung <p>Herr C. Hofer war bei den Projektsitzungen nicht anwesend.</p>

Weitere wichtige Akteure waren bei der Überarbeitung involviert und trugen ihren Beitrag bei. Die externen Unternehmer oder Dienstleister sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt.

Tabelle 9: Externe Akteure und deren Dienstleistungen (siehe Kapitel 0 Budget und Finanzierung)

Akteur	Aufgaben / Dienstleistung
ix creations GmbH, Ennetbaden	Erarbeitung der Animation / Illustration / Icons
Goldinteractive GmbH, Zürich	Webseite www.starte-zh.ch / Workflow- Tool
Anita Richner, Wädenswil	Vertonung der Animationen
Witzig Office Company AG, Zürich	Stehhilfen
Pape Werbe AG, Weiningen	Leinwand / Stehpulte / Beschriftung
Schnelldruck, Thalwil	Vorabauflage: Einladungsflyer Wädenswil
Stutz Medien AG, Wädenswil	Vorabauflage: Dokumappe / Prospekt der Beratungsprodukte
Moderatorin Danielle	Projektbegleitung
Kühnis Handels AG, Oberriet	Buzzer „Happy Or Not“ (siehe Kapitel 3.3.1)

2.8.2 Laufendes Projekt und Veranstaltungen von «starte! – energetisch modernisieren»

Für das laufende Projekt und die weiteren Veranstaltungen bleiben die Hauptakteure dieselben wie bei der Überarbeitung. Deren Aufgaben ändern sich folgendermassen.

Tabelle 10: Hauptakteure für das Projekt «starte! – energetisch modernisieren»

Hauptakteure	Personen	Aufgaben
Auftraggeber (AWEL, EKZ, ZKB)	Antje Horvath Gian Cavigelli Beat Schümperli	<ul style="list-style-type: none">• Teil des Projektteams und haben somit volle Entscheidungsgewalt• Stellen die finanziellen Mittel zur Verfügung• Schulung der Gesprächsteilnehmer die sie an der Podiumsdiskussion vertreten werden.
Projektleitung (TOM PORRO – Nachhaltig kommuniziert)	Tom Porro	<ul style="list-style-type: none">• Ansprechpartner• Vorbereitung und Druck (Einladungsflyer, Dokumappe, Prospekt der Beratungsprodukte, Umfragetalon) für die jeweilige Veranstaltung• Verwaltung der Druckunterlagen und Ausstattung• Organisation der Referenten• Eventmanagement• Auf- und Abbau bei den Veranstaltungen• Organisation und Durchführung von Briefing mit einer Gemeindevertretung und den Fachpartnern.• Moderation während der Gesprächsrunde• Kommunikation und Koordination mit externen Leistungserbringern und Partnern (Ausschreibung, Begleitung, Anschaffungen etc.)• Finanzplanung, Controlling, Abrechnung• Allg. administrative Aufgaben• Akquisition von Multiplikatoren
Assistenz / Stellvertretung Projektleitung (TOM PORRO – Nachhaltig kommuniziert)	Cyril Hofer	<ul style="list-style-type: none">• Vorbereitung der Druckunterlagen• Vorbereitung bei Veranstaltungen• Auf- und Abbau bei den Veranstaltungen

Weitere wichtige Akteure sind während dem Projekt involviert und tragen weiterhin ihren Beitrag bei. Die externen Unternehmer oder Dienstleister sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt.

Tabelle 11: Externe Akteure

Akteure	Aufgaben / Dienstleistung
Goldinteractive GmbH, Zürich	<ul style="list-style-type: none">• Instandhaltung Webseite www.starte-zh.ch / Workflow-Tool
Pape Werbe AG, Weiningen	<ul style="list-style-type: none">• Lagerung und Logistik der Ausstattung
Schnelldruck, Thalwil	<ul style="list-style-type: none">• Druck der Einladungsflyer
Stutz Medien AG, Wädenswil	<ul style="list-style-type: none">• Druck der Dokumappe und Prospekt der Beratungsprodukte
Frau Danielle Lalive d'Epinay	<ul style="list-style-type: none">• Vertretung von Herr T. Porro als Moderatorin
Fachpartner	<ul style="list-style-type: none">• Werbung für ihre Produkte/Dienstleistungen Betreuungsperson beim Ausstellungstisch (Fachexperten)
Personelle Vertretung AWEL / EKZ / ZKB	<ul style="list-style-type: none">• Vertreten die Projektpartner als Referentinnen oder Referenten• Betreuen den Ausstellerstand während der Fachpartnerausstellung
Gemeinden im Kanton Zürich	<ul style="list-style-type: none">• Buchung der «starte!» – Veranstaltung• Organisation der Lokalität, Sitzgelegenheiten, Tische für die Aussteller, Stehtische, Stromzugang• Versand der Einladungen an die Hauseigentümer• Organisation eines Apéros

Die selbständige Moderatorin Danielle Lalive d'Epinay wurde in das Projekt miteinbezogen und vertritt zukünftig Herr Tom Porro bei der Moderation bei gewissen Veranstaltungen (Anhang 3 15_Protokoll). Sie war auch an der Hauptprobe in den Räumlichkeiten der EKZ vom 22. August 2017 dabei, beobachtete das Training und gab anschliessend ein Feedback über die einzelnen Projektpartner

2.8.3 Massnahmen und Vorbereitung Infoabend

Wie im Kapitel 2.8.1 «starte! Relaunch 2017» erwähnt, gilt es, Organisatorisches vor und nach den Veranstaltungen zu erledigen. Die Veranstaltung in Wädenswil wie auch die Folgenden sind wie auf der Abbildung 20 zu entnehmen folgendermassen auszustatten. Je nach Platzverhältnissen der Räumlichkeit kann die Bestuhlung und die Anordnung der Ausstellertische variieren.

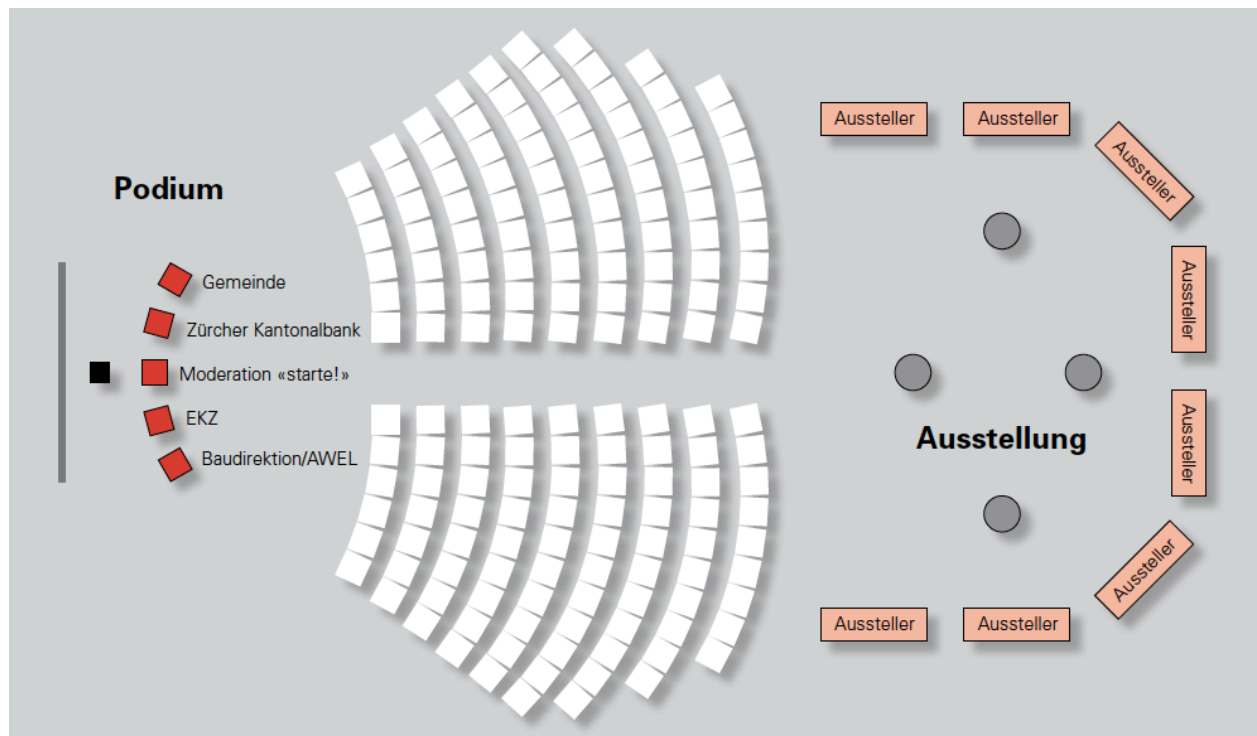


Abbildung 20: Vorlage Situationsplan (11_Protokoll_PP)

Herr T. Porro und Herr C. Hofer versenden vorgängig eine Einladung für ein Briefing mit den Partnern und Ausstellern. Auf der Einladung sind die wichtigsten Informationen festgehalten (Anhang 1 Briefing Partner / Aussteller). Zudem bereiten sie die Druckunterlagen vor und liefern sie am Veranstaltungstag. Der Beamer, die Tonanlage und die Mikrofone sind Ausstattungsgegenstände, die bei Herr T. Porro deponiert sind und durch ihn geliefert werden. Das Unternehmen Pape Werbe AG ist für die Anlieferung der Ausstattung verantwortlich und hilft beim Aufbau. Parallel dazu bereitet die Gemeinde den Raum gemäss Situationsplan vor. Standort für das Buffet des Apéros ist Sache der Gemeinde.

Während dem Aufbau durch Herr C. Hofer, Pape und der Gemeinde, weist Herr T. Porro die Aussteller den Tischen zu und bespricht mit der Vertretung der Gemeinde, die an der Gesprächsrunde teilnimmt, den Ablauf und das Drehbuch. Die Dokumappen für die Besucherinnen und Besucher sind vor der Türöffnung auf den Stehtischen zu verteilen.

Sobald alle Podiumsteilnehmenden anwesend sind, erhalten diese ein Namensschild und ein Mikrofon und setzen sich nach der Fachpartnerausstellung in die erste Reihe auf reservierte Stühle. Der Apéro wird während der Gesprächsrunde vorbereitet und hergerichtet. Auch während der Gesprächsrunde müssen die Fragetalons und Schreibstifte auf den Stehtischen verteilt werden.

Die Aufräumarbeiten finden nach der Veranstaltung statt. Für die Multimedia-Ausstattung sowie die übrig gebliebenen Druckunterlagen ist Herr T. Porro und Herr C. Hofer verantwortlich. Die weiteren Ausstattungsgegenstände, welche bei Pape Werbe AG zu lagern sind, werden optimalerweise am nächsten Morgen abgeholt. Die Gemeinde wie auch die Aussteller sind für die Aufräumarbeiten selber verantwortlich (mündliche Quelle durch Herr T. Porro).

Tabelle 12: Aufgaben der Verantwortlichen (eigene Zusammenstellung)

Verantwortlich	Aufgabe während dem Veranstaltungstag
Gemeinde	<ul style="list-style-type: none">• Aufstellen von Stühlen, Tische für Aussteller, Stehtische• Apéro bereitstellen (ev. extern vergeben)• Sicherstellung der Stromzufuhr• Teilnahme an der Gesprächsrunde durch eine Gemeindevertretung (bei der Pilotveranstaltung war dies der Stadtpräsident)
Tom Porro Cyril Hofer	<ul style="list-style-type: none">• Anlieferung der Dokumappen, Fragetalons, Schreibstifte, Ausstattung• Podium Aufstellen und anordnen (Leinwand, Beamer, Tonanlage, Stehhilfe, Stehtische und ein Glas Wasser)• Ton und Bildkontrolle• Koordination der Ausstellung inkl. Briefing• Verteilen von Dokumappen, Fragetalons und Schreibstifte• Moderation• Einsammeln von Schreibstiften und übriggebliebenen Dokumappen und Talons• Podium Abräumen
Pape Werbe AG	<ul style="list-style-type: none">• Anlieferung der Ausstattung (Leinwand, Stehtische, Stehhilfen, Urne für die Talons)• Abholung der Ausstattung
Aussteller	<ul style="list-style-type: none">• Auf- und Abbau der Ausstellung (Stand)• Betreuung des Standes durch Fachpersonen während der Ausstellung
Podiumsteilnehmer	<ul style="list-style-type: none">• Vorbereitung des Textes nach Drehbuch• Teilnehmen an der Gesprächsrunde• Ansprechpartner während der Fachausstellung

2.9 Budget und Finanzierung

Jährlich steht für das Projekt «starte! – energetisch modernisieren» 150'00.00 CHF zur Verfügung welche die drei Projektpartner zu jeweils einem Drittel tragen. Auch für das Jahr 2017, in welchem der «starte! Relaunch 2017» stattfindet, ist dieselbe Summe budgetiert. Die folgende Grafik zeigt das Gesamtbudget von «starte! Relaunch 2017» für die Jahre 2017 und 2018.

Gesamtbudget «starte! Relaunch 2017/2018»

Stand: 06.09.2017

Aufwand

Pos.	Bezeichnung	2017	2018	2017 / 2018
A001	Projektleitung/Konzeption/Inhalte	64'800.00	10'000.00	74'800.00
A002	Produktion Animationen/Icons/Figuren	43'092.00	0.00	43'092.00
A003	Drucksachen/PR «starte!» (Gestaltung/Druck)	16'404.00	7'000.00	23'404.00
A004	Internetauftritt starte-zh.ch (inkl. Hosting)	27'993.60	5'000.00	32'993.60
A005	Infrastruktur/Ausstattung (Leinwand/Stehpulte/Sitzhilfen)	8'839.60	0.00	8'839.60
A006	Pilotveranstaltung (inkl. Training, Auswertung/Erfolgskontrolle)	6'000.00	0.00	6'000.00
A007	Info-Veranstaltungen (inkl. EnergieberaterInnen)	20'574.00	116'586.00	137'160.00
A008	Umfrage/Verlosung (Preisgeld Reka-Checks)	750.00	4'250.00	5'000.00
A009	Reserve/Unvorhergesehenes	5'000.00	10'000.00	15'000.00
A	Total (inkl. MwSt.)	193'453.20	152'836.00	346'289.20

Ertrag

Pos.	Bezeichnung	2017	2018	2017 / 2018
E001	Beitrag Programmpartner (BD/AWEL, EKZ, ZKB)	150'000.00	150'000.00	300'000.00
E002	Fachpartner-Beiträge (5 x CHF 810.00 pro Event)	12'150.00	68'850.00	81'000.00
E003	Beiträge «Daily Partner»	1'620.00	7'290.00	8'910.00
E	Total (inkl. MwSt.)	163'770.00	226'140.00	389'910.00
A / E		29'683.20	73'304.00	43'620.80

Abbildung 21: Gesamtbudget «starte! Relaunch 2017» (Anhang 3 16_Protokoll_PP)

Wie aus der Abbildung zu entnehmen ist, wird das Budget im Jahr 2017 um 29'683.20 CHF überzogen. Da den Projektpartnern jedoch ein jährliches Budget von je 50'000.00 CHF (inkl. MwSt.) zur Verfügung steht, kann das Defizit dank einer Vorfinanzierung vom AWEL im Folgejahr (2018) wieder abgedeckt werden (Anhang 3 16_Protokoll).

3 Erfolgskontrolle

Ein wichtiger Bestandteil von Veranstaltungen wie dieser ist die Erfolgskontrolle. Erfolg kann als Erreichung der gesetzten Ziele oder Zielerreichungsgrad definiert werden. Diese setzt eine genaue Zieldefinition voraus (Nufer, 2002). Die Ereigniskontrolle bewertet im Nachhinein, welche Auswirkungen ein Event hinterlassen hat und zeigt auf, welche Ziele erreicht wurden (Erber, 2000).

Als erster Schritt werden die vorgegebenen Projektziele mit entsprechenden Indikatoren und deren Messinstrumenten ergänzt. Diese Messinstrumente geben Aufschluss darüber, welche Methoden für die Zielmessung geeignet sind und wann diese angewendet werden sollen. Der Zeitplan zeigt den Ablauf der Erfolgskontrolle. Zum Schluss ist aus der Auswertung zu entnehmen, welche Ziele erreicht wurden und welche nicht.

Die hier vorliegende Erfolgskontrolle bezieht sich auf die Pilotveranstaltung vom 31. August 2017 in Wädenswil. Eine langfristige Kontrolle ist im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich, daher beschränkt sich der Evaluationsgegenstand auf die Pilotveranstaltung.

3.1 Projektziel / Indikatoren

Die im Kapitel 2.2.1 iooi Modell definierten Ziele sind nun zu messen. Für jedes Ziel gibt es einen Indikator, welcher aufzeigt, ob und wie ein Ziel gemessen werden kann. Diese Indikatoren können quantitativ (z.B. Anzahl der Besucher) oder qualitativ (z.B. Zufriedenheit) sein (Müller & Bättig-Frey, 2016). Daraus ergibt sich anschliessend die Methodenwahl. In der nachfolgenden Tabelle sind die Indikatoren und deren Messinstrumenten zu den jeweiligen Zielen aufgelistet.

Tabelle 13: Ziele und Indikatoren (eigene Darstellung)

Ebene	Ziele	Indikatoren	Messinstrumente
Impact	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Veranstaltung trägt dazu bei, dass es eine Reduktion der CO₂-Emissionen im Gebäudebereich gibt 2. Die Besuchenden werden für energetisch nachhaltige Renovationen sensibilisiert 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Messung des CO₂-Gehaltes minimieren sich im Gebäudebereich im Verlauf der nächsten 10 Jahren 2. Nicht messbar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Luftmessung
Outcome	<ol style="list-style-type: none"> 1. 20 Anlässe pro Jahr durchführen 2. 150 Personen nehmen an der Veranstaltung teil 3. Die Besucheinnen und Besucher kennen die Beratungsprodukte und ihre Möglichkeiten 4. Die Besucherinnen und Besucher nehmen die Beratungsprodukte in Anspruch 5. Die Besucherzahl erhöht sich im Vergleich zu den Jahren 2013 bis 2016 6. Die Besucherinnen und Besucher sind mit der Veranstaltung zufrieden 7. Die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer modernisieren ihre Gebäude energetisch 8. Beratungen können schnell und einfach über die Internetseite gebucht werden. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anzahl Anlässe, die durchgeführt werden 2. Anzahl Besuchende / Die Besuchenden sehen einen Vorteile bei einer Teilnahme 3. Anzahl gebuchte Beratungen 4. Anzahl gebuchte Beratungen 5. Anzahl der Besuchenden 6. 90% der Besuchenden sind zufrieden mit der Veranstaltung 7. Anzahl energetisch renovierter Gebäude im Kanton Zürich 8. Anzahl Buchungen, die über die Internetseite gebucht werden 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zählung der Besucherinnen und Besucher 2. Befragung / Zählung 3. Beobachtung / Zählung 4. Befragung / Statistik 5. Zählung der Besucherinnen und Besucher 6. Befragung 7. Statistik 8. Statistik
Weitere Ziele	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die neuen Animationen kommen bei den Besuchenden gut an 2. Die Dauer der Gesprächsrunde ist angenehm 3. Die Inhalte der Gesprächsrunde sind klar formuliert 4. Die Besucherinnen und Besucher nehmen die Beratungsprodukte in Anspruch 5. Die Besucherinnen und Besucher lassen sich von den Ausstellern beraten 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 80% der BesucherInnen finden die Animationen ansprechend 2. 80% der BesucherInnen empfanden die Gesprächsdauer als richtig 3. 80% der BesucherInnen haben den Inhalt der Gesprächsrunde verstanden 4. Die BesucherInnen buchen in den nächsten 6 Monaten eine Beratung 5. 80% der BesucherInnen kommen in Kontakt mit den Ausstellern 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Befragung 2. Befragung 3. Befragung 4. Statistik 5. Befragung

3.2 Zeitplan

Der Zeitplan für die Erfolgskontrolle richtet sich nach der Pilotveranstaltung, die am 31. August 2017 stattfand (siehe Tabelle 14). In der Zeit zwischen Juli und August konnte die hier vorliegende Erfolgskontrolle zusammen mit dem Projektteam erarbeitet werden. Die Durchführung geschah am Tag der Pilotveranstaltung und in den folgenden Wochen darauf.

Tabelle 14: Zeitplan der Erfolgskontrolle (eigene Darstellung)

	Juli 17	August 17	September 17	Oktober 17
Dokumentation				
Erfolgskontrolle				
Erarbeitung				
Durchführung		31. August		
Auswertung				26. Oktober
Bericht				26. Oktober

3.3 Methode

Für die Evaluation wurden drei Methoden angewendet.

- Buzzer (siehe Kapitel 3.3.1 Buzzer „happy or not“)
- Fragetalon (siehe Kapitel 3.3.2 Fragetalon)
- Befragung (siehe 3.3.3 Besucherbefragung)

Da im Rahmen dieser Arbeit keine langfristige Kontrolle möglich ist, beschränkt sich der Evaluationsgegenstand auf die Pilotveranstaltung. Ziel ist es jedoch, die Erfolgskontrolle so zu wählen und auszuarbeiten, dass sie auf die kommenden Veranstaltungen auch anwendbar ist.

Wie im Zeitplan ersichtlich, beschränkt sich die Zeit der Auswertung und der Berichterstattung auf ca. zwei Monate. Dies bedeutet, die Erfolgskontrolle muss am Tag der Veranstaltung oder kurz danach durchgeführt werden. Die Methode ist also so zu wählen, dass die Auswertungsdauer wenig Zeit in Anspruch nimmt.

Für die Pilotveranstaltung wird ein sogenannter Post- Test angewendet. Der Post- Test, anders wie der Pre- oder Inbetween- Test, wird nach der Veranstaltung durchgeführt. Dabei sind mündliche, wie auch schriftliche Frageaktionen üblich (Erber, 2000).

Aus der Tabelle 13 „Ziele und Indikatoren“ ist zu entnehmen, dass die Befragungen mehrheitlich als Messinstrumente angewendet werden. Eine geeignete Methode ist eine mündliche oder schriftliche Befragung der Besucherinnen und Besucher. Aus Zeit- und Personalmangel ist auf eine Besucherbefragung während der Veranstaltung zu verzichten. Somit kommt ein Fragebogen (Talon) zum Einsatz. Diese werden, wie im Kapitel 3.3.2 Fragetalon erwähnt, nach der Gesprächsrunde verteilt und liegen zusätzlich in der Dokumappe auf. So haben die Besucher die Möglichkeit, die Talons während der Veranstaltung oder im Nachhinein auszufüllen.

Die direkte Wirkung der gesamten Pilotveranstaltung (nicht nur die Gesprächsrunde) soll mit einer Zufriedenheitsskala gemessen werden. Hier ist es das Ziel, so viele Besucherinnen und Besucher wie möglich zu animieren, die Veranstaltung zu bewerten. Dafür muss eine kurze und wirkungsvolle Methode und ein geeigneter Standort gewählt werden.

Das Interesse der Projektpartner liegt zudem auf dem Vergleich zu dem vorherigen Format. Dazu braucht es Personen, die das Format «starte! jetzt energetisch modernisieren» und «starte! - energetisch modernisieren» gesehen hatte. Mit Hilfe von Herr T. Porro fand ich vier Personen die dazu bereit waren mir die Fragen zu beantworten.

So stellen sich die Methoden für die Erfolgskontrolle aus einem Buzzer, einem Fragetalon und vier Besucherbefragungen zusammen.

3.3.1 Buzzer „happy or not“



Abbildung 22: Buzzer "happy or not" (www.happy-or-not.com)

Die Zufriedenheit der Besuchenden wird anhand eines Buzzers gemessen (siehe Abbildung 22). Dieser steht beim Ausgang und wird durch einen Mitstudenten betreut, der die Leute höflich auffordert, einen der vier Druckknöpfe zu betätigen und somit die Veranstaltung anonym zu bewerten. Wie aus dem Bild zu entnehmen ist, haben die vier Druckknöpfe verschiedene Farben und sind mit unterschiedlichen Gesichtsausdrücken (Smileys) versehen. Der Text auf dem Schild oberhalb der Druckknöpfe lautete:

„Beurteilen Sie Bitte die Veranstaltung – besten Dank“

Hier entsteht die Gefahr, dass wild darauf rum gedrückt wird. Es gibt jedoch einen Intervallschutz für eine Sperrung von 5 Sekunden. Das heisst, nachdem der Buzzer getätigt wurde, muss der nächste Besucher 5 Sekunden warten, damit auch sein Ergebnis zählt (HAPPYorNOT, 2017).

Diese Messmethode wird nur für die Pilotveranstaltung angewendet. Ziel ist es, dass 90% der Teilnehmer mit der Veranstaltung zufrieden sind.

Technisch:

Sobald eine SIM- Karte in den Terminal eingeführt wurde, startet die Messung. Die Auswertung wird via Mobilnetz auf ein privates Konto übermittelt und nachträglich grafisch dargestellt.

Dieser Terminal wird bei dem Unternehmen Kühnis Handels AG in Oberriet bestellt und verursacht Kosten von 753.85 CHF.

3.3.2 Fragetalon

Ein Problem der Methode des Fragebogens ist es, dass oftmals nur wenige Talons ausgefüllt und zurückgeschickt werden. Um die Bereitschaft zu optimieren, ist der Fragebogen mit einer Verlosung verbunden. Die Gewinnerin oder der Gewinner erhält Reka-Checks im Wert von 250.00 CHF. Zudem ist der Talon mit der Rücksendeadresse versehen und vorfrankiert, was die Rücksendung vereinfacht. Gegen diese Möglichkeit spricht die Gefahr von einer Teilnahme nicht berechtigter Personen, wie beispielsweise solcher, die nicht an der Veranstaltung teilnehmen.

Gemäss Projektpartner muss der Talon mit juristischen Teilnahmebedingungen versehen werden. Dies betrifft Themen wie beispielsweise teilnahmeberechtigte Personen, Rechtsweg oder auch Barauszahlung. Diese wurden gemeinsam mit Herr T. Porro formuliert. Das Format für den Fragetalon ist A5 (148 x 210mm). Für die Lesbarkeit sollte eine angemessene Schriftgrösse gewählt und die Fragen kurz gehalten werden. Die geschlossenen Fragen können die Teilnehmer mit Ankreuzen der Antwortkästchen beantworten (siehe Abbildung 24). Zudem gibt es ihnen Platz für allfällige Verbesserungsvorschläge. Damit die Fragetalons frühzeitig zurückgeschickt werden, ist ein Einsendeschluss mit Poststempel zu definieren. Dieser liegt 10 Tage nach dem Veranstaltungstermin

Die Autorin hat bei den Projektpartnern eine Umfrage durchgeführt, welche den Aufschluss ergab, welche Einsichten zu den durchgeführten Anlässen die Projektpartner gerne gewinnen würden. Daraus wurden schlussendlich die Fragen der Talons entwickelt. Die Fragen waren so zu formulieren, dass die Verwendung des Talons auch für alle weiteren Veranstaltungen gewährleistet ist. Die erarbeiteten Fragen für den Talon wurden nach einem ersten Entwurf überarbeitet und anschliessend von den Projektpartnern genehmigt (Anhang 3 13_Protokoll_PP).

Tabelle 15: Fragen zu den jeweiligen Zielen

Ziel	Frage (Numerierung der Fragen auf dem Talon)
Die Besucherinnen und Besucher kennen die Beratungsprodukte und ihre Möglichkeiten	(2) Waren die kommunizierten Inhalte für Sie verständlich? (7) Wissen Sie jetzt, wie Sie weiter vorgehen möchten?
Die Besucherinnen und Besucher nehmen die Beratungsprodukte in Anspruch	(8) Planen Sie, in den nächsten 6 Monaten unsere Beratungsprodukte in Anspruch zu nehmen?
Die neuen Animationen kommen bei den Besuchenden gut an	(4) Haben Ihnen die Animationen/Filmsequenzen gefallen?
Die Dauer der Gesprächsrunde ist angenehm	(3) Wie empfanden sie die Dauer der Gesprächsrunde?
Die Inhalte der Gesprächsrunde sind klar formuliert	(2) Waren die kommunizierten Inhalte für Sie verständlich? (6) Haben Sie Antworten auf ihre Fragen erhalten?
Die Besucherinnen und Besucher nehmen an der Veranstaltung teil	(1) Welche Themen haben Sie am meisten interessiert?
Die Besucherinnen und Besucher lassen sich von den Ausstellern beraten	5) Sind sie mit unseren Ausstellern in Kontakt gekommen? (6) Haben Sie Antworten auf ihre Fragen erhalten?
Verbesserungsvorschläge	(9) Was können wir aus Ihrer Sicht noch besser machen?

Zu den acht Fragen kommt noch ein Platzhalter für Verbesserungsvorschläge (9) seitens der Besucher dazu.



Abbildung 23: Vorderseite des Fragetalons

Liebe Hauseigentümerin, lieber Hauseigentümer

Herzlichen Dank für Ihren Besuch an der Info-Veranstaltung in Wädenswil. Wenn Sie die nachfolgenden Fragen beantworten helfen Sie uns, die Qualität von «starte!» zu verbessern und Ihren Bedürfnissen laufend anzupassen. Als Dankeschön verlosen wir nach jeder Veranstaltung Reka-Checks im Wert von 250 Franken – viel Glück!

starte!
energetisch modernisieren

- Welche Themen haben Sie am meisten interessiert?**

<input type="checkbox"/> Allgemeine Information	<input type="checkbox"/> Heizungersatz
<input type="checkbox"/> Gebäudemodernisierung	<input type="checkbox"/> Nutzung Solarenergie
<input type="checkbox"/> Ersatzneubau	<input type="checkbox"/> Finanzierung/Förderbeiträge
- Waren die kommunizierten Inhalte für Sie verständlich?**
☐ ja ☐ teilweise ☐ nein
- Wie empfanden Sie die Dauer der Gesprächsrunde?**
☐ genau richtig ☐ geht so ☐ zu lange
- Haben Ihnen die Animationen/Filmsequenzen gefallen?**
☐ sehr gut ☐ geht so ☐ gar nicht
- Sind Sie mit unseren Ausstellern in Kontakt gekommen?**
☐ ja ☐ vielleicht zu einem späteren Zeitpunkt
☐ nein, kein Interesse
- Haben Sie Antworten auf Ihre Fragen erhalten?**
☐ ja ☐ teilweise ☐ nein
- Wissen Sie jetzt, wie Sie weiter vorgehen möchten?**
☐ ja ☐ nicht so recht ☐ nein
- Planen Sie in den nächsten 6 Monaten unsere Beratungsprodukte in Anspruch zu nehmen?**
☐ GEAK*Plus ☐ Heizungersatz ☐ nein
☐ Solarenergie ☐ Finanzierungsberatung
- Was können wir aus Ihrer Sicht noch besser machen?**

Absender:

Vorname/Name: _____

Adresse: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon (tagsüber erreichbar): _____

Datum/Unterschrift: _____

Teilnahmebedingungen: Teilnahmeberechtigt sind in der Schweiz wohnhafte Personen, ausgenommen Mitarbeitende der Programm- und Fachpartner von «starte!». Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Barauszahlung und Rechtsweg sind ausgeschlossen. Die Teilnahme an der Verlosung erfolgt unabhängig von einer Bestellung bzw. einem Kauf. Gewinne gelten auf den Namen der teilnehmenden Person und sind nicht auf Drittpersonen übertragbar. Mit der Teilnahme an der Verlosung willigen Sie ein, dass «starte!» Sie kontaktieren darf.

Einsendeschluss:
9. September 2017
(Datum Poststempel)

Abbildung 24: Rückseite des Fragetalons

Als Vorlage für das Layout diente der Einladungsflyer (vergleiche Abbildung 16). Die Gestaltung und die Formulierung der Texte erarbeiteten Herr Tom Porro gemeinsam mit der Autorin der vorliegenden Arbeit.

Die Kosten für den Druck der Talons ist zukünftig im Budget unter der Position A003 (Druckunterlagen/PR) aufgeführt (siehe Kapitel 2.9 Budget und Finanzierung). Das Budget der Reka- Checks beläuft sich auf 5'000.00 CHF pro Jahr bei 20 Veranstaltungen.

3.3.3 Besucherbefragung

Um den Vergleich zu den vergangenen Veranstaltungen mit dem alten Format zu machen, wurden vier Personen befragt, die nach der Pilotveranstaltung beide Varianten gesehen haben. Ziel dabei war es, zu erfahren, was die Befragten an der alten wie auch an der neuen Veranstaltung als gut und was als eher schlecht bewerteten. Wie beim Talon wurden auch sie um Verbesserungsvorschläge gebeten. Die Fragen bei dieser Methode sollen offen gestellt werden, um genügend Antwortfreiheit zu schaffen. Im Gegensatz zu geschlossenen Fragen, können mit offenen Fragen ausführliche qualitative Daten erhoben werden (Treichler, da Costa, Bättig-Frey, Gruber, Jakob, & Jäger, 2015).

Mit dem Kriterium, dass die Befragten beide Formate gesehen haben, stellten sich folgende Personen zur Verfügung:

- Herr André Montani, Projektleiter Energieberatung Geschäftskunden bei den EKZ
- Herr Heinz Wiher, Leiter Energie + Technik beim Departement Bau (Baupolizei Winterthur)
- Herr Rolf Baumbach, Leiter Werke der Stadt Wädenswil
- Herr Stefan Fässler, Regionalleiter Zürich/Zentralschweiz bei Hoval AG Feldmeilen

Die erarbeiteten Fragen wurden im Vorfeld den Interviewpartnern geschickt. Aus Zeitgründen verliefen die Befragungen mit Herr H. Wiher, R. Baumbach und S. Fässler nicht persönlich. Diese sendeten die beantworteten Fragen digital zurück.

Der Evaluationsgegenstand ist hier die Einschätzung der Befragten der Veranstaltung im alten und im neuen Format. Das bedeutet, die Fragen müssen für die alte wie auch für die neue Veranstaltung formuliert werden. Daraus wurden folgende Fragen erarbeitet:

1. Haben Sie die alte wie auch die neue Veranstaltung von «starte! - energetisch modernisieren» besucht?
2. Was hat Ihnen bei dem vorherigen Format gefallen?
3. Was hat Ihnen bei dem vorherigen Format nicht gefallen?
4. Was hat Ihnen beim neuen Format gefallen?
5. Was hat Ihnen beim neuen Format nicht gefallen?
6. Haben Sie Verbesserungsvorschläge?
7. Darf ich Sie in meiner Arbeit zitieren oder wollen Sie anonym bleiben?

Aus dem Kriterium des Besuchs beider Formate mussten sie die Frage 1. bestätigen. Zudem war die Frage der Anonymität zu klären (Frage 7.).

3.3.4 Nachbesprechung mit Feedbackrunde

Eine interne Nachbesprechung mit den Projektpartnern durfte nicht fehlen. So wurde, schon während der Überarbeitung von «starte!», ein Termin vereinbart. An diesem sogenannten Debriefing ging es darum, das Projekt «starte! Relaunch 2017» und die Pilotveranstaltung auszuwerten und sich ein gegenseitiges Feedback zu geben. Aus dem Protokoll dieser Debriefings (Anhang 3 16_Protokoll) ist die Auswertung zu entnehmen und wird daher im nächsten Kapitel nicht erwähnt.

3.4 Auswertung

Im folgenden Kapitel werden die Auswertungen der drei angewandten Methoden aufgezeigt. Im allgemeinen kann gesagt werden, dass die Besucher mit der Veranstaltung zufrieden waren. Dies ist in den untenstehenden Ergebnissen zu lesen.

Hier zu erwähnen ist, dass die Auswertung der Nachbesprechung nicht in diesem Kapitel aufgeführt wird sondern aus dem Protokoll 16_Protokoll im Anhang 3 entnommen werden kann.

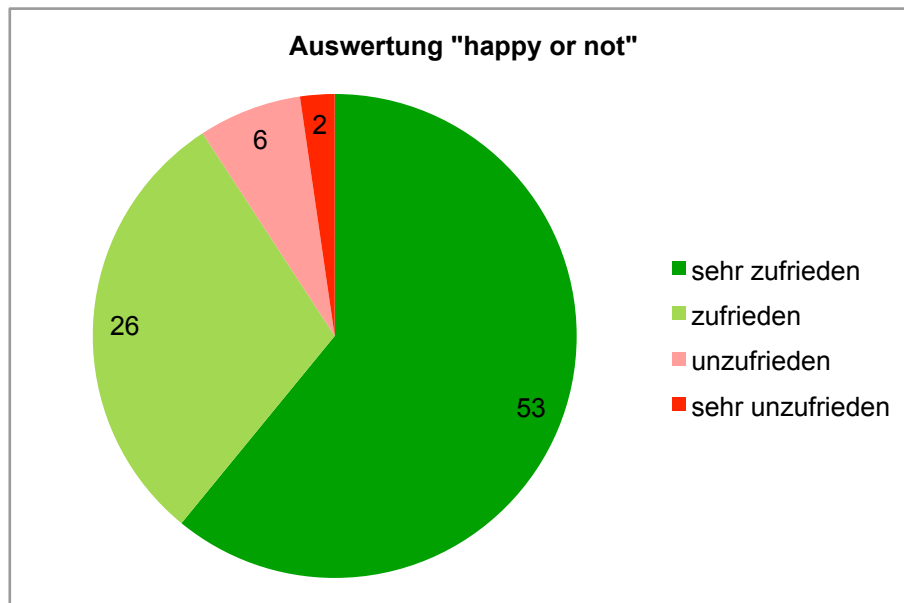
3.4.1 Auswertung Buzzer

Da der Buzzer mit Smileys ausgestattet ist, war für die Arbeit eine schriftliche Definition zu machen, was die verschiedenen Smileys genau bedeuten.

sehr zufrieden
zufrieden
unzufrieden
sehr unzufrieden

Die gesamte Messung startete vom Zeitpunkt der Einrichtung, was ca. um 15:00 Uhr war (Anhang 1 Auswertung „happy or not“). Die Veranstaltung dauerte jedoch bis 20:00 Uhr, wodurch alle Betätigungen zwischen 15:00 und 20:00 Uhr nicht gezählt werden können. Es werden nur die Daten zwischen 20:00 und 22:00 Uhr berücksichtigt. So kann sichergestellt werden, dass alle Personen, die einen Knopf drücken, die Veranstaltung auch tatsächlich besucht haben und nicht nur im Zeitraum der Vorbereitung einen „Testdrücker“ betätigt haben. Gemäss Beobachtung war ein weiteres Problem die Betätigung des falschen Knopfes. Dies ist jedoch nicht zu eruieren und wird daher vernachlässigt.

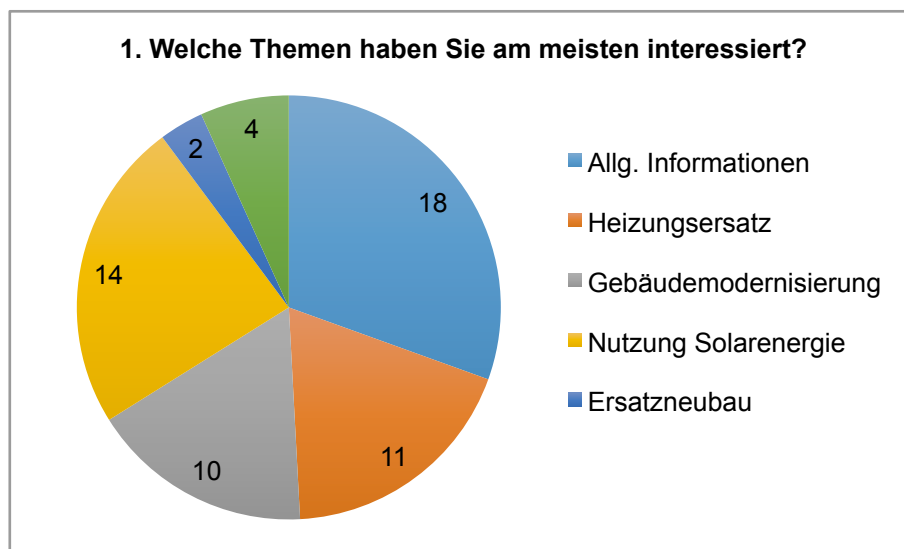
Gemäss Sophia Rudin, Energiebeauftragte der Stadt Wädenswil, waren 100 Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer anwesend (mündliche Quelle). Von den 100 Besuchern haben 87 Personen an der Umfrage teilgenommen. Von den 87 Personen waren 53 (60.9 %) sehr zufrieden, 26 (29.9 %) zufrieden, 6 (6.9%) unzufrieden und 2 (2.3%) sehr unzufrieden (siehe Grafik 1: Zufriedenheits- Diagramm). Das Ziel, dass 90% mit der Veranstaltung zufrieden sind, wurde erreicht.



Grafik 1: Zufriedenheits- Diagramm (Anhang 1 Auswertung „happy or not“)

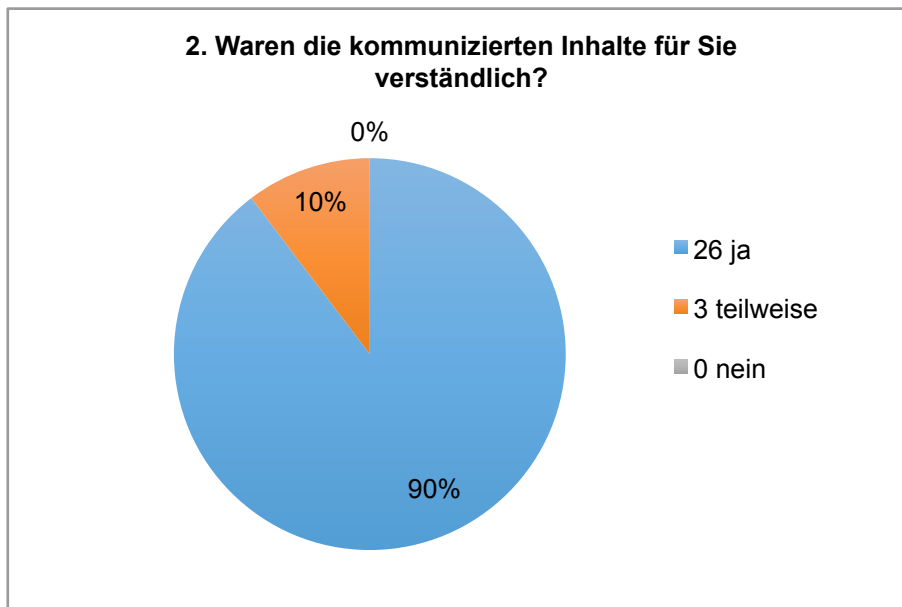
3.4.2 Auswertung Fragetalon

Insgesamt kamen 29 Talons ausgefüllt zurück. 21 davon wurden direkt an der Veranstaltung beantwortet und 8 davon im Nachhinein zurückgeschickt. Gewisse Teilnehmende haben sich bei einer oder mehreren Fragen nicht geäußert. Diese sind als Enthaltungen dargestellt. Die Daten wurden in ein Excel übertragen und die Auswertungen der Fragen 1. bis 8. nachfolgend grafisch dargestellt (siehe Anhang 1 Auswertung Talon Fragen 2 bis 7). Die quantitativen Fragen werden nur mit einem Wert angezeigt und die qualitativen Fragen mit dem Wert und dem Prozentsatz.



Grafik 2: Interessen (1. Frage)

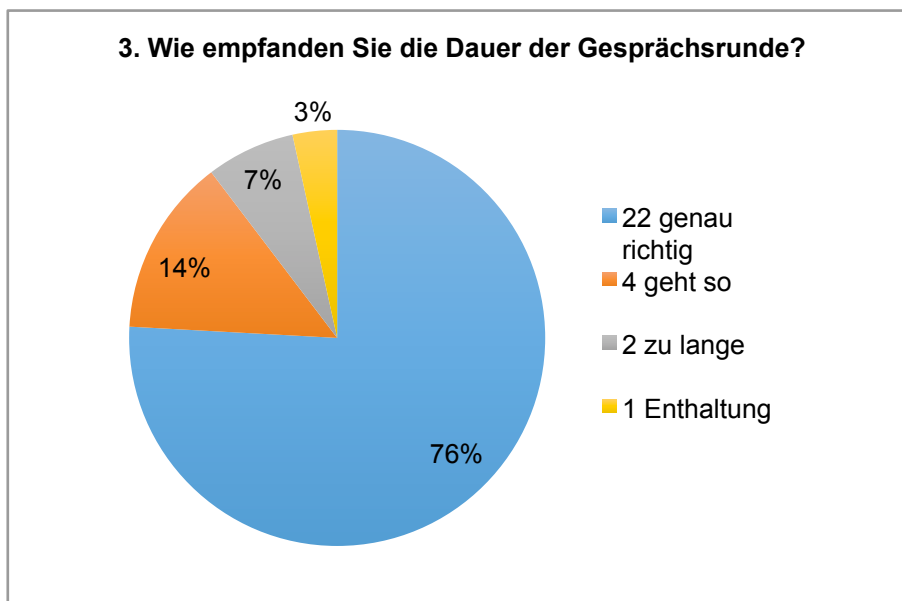
Die Auswertung der Interessen hat ergeben, dass keine Person die teilgenommen hat, ohne Grund die Veranstaltung besuchte.



Grafik 3: Verständlichkeit (2. Frage)

Ziel: 90% der Besucher haben die Inhalte verstanden.

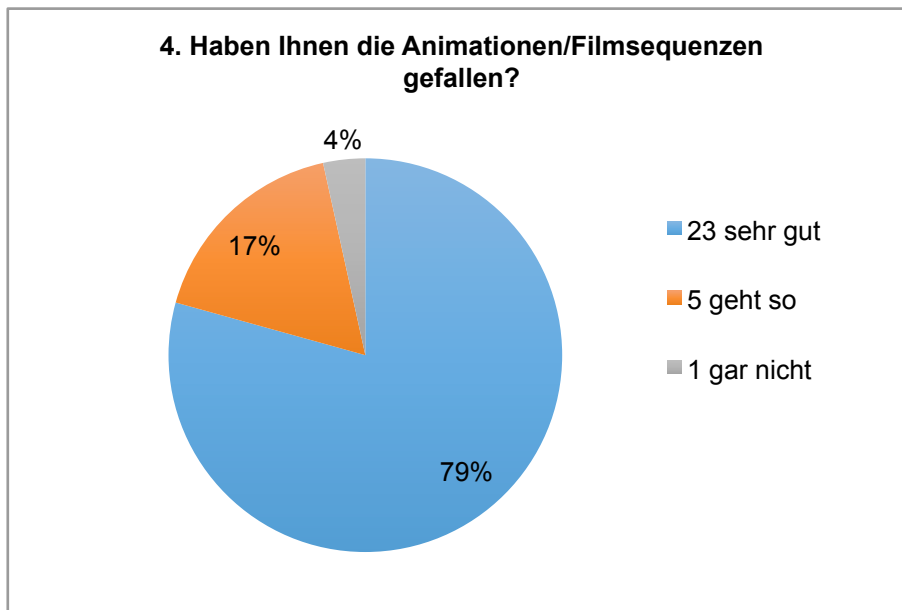
Für keine der Personen waren die Inhalte unverständlich. Nur 3 (10%) von 29 haben nicht alles verstanden.



Grafik 4: Dauer der Gesprächsrunde (3. Frage)

Ziel: 80% der Besucher empfanden die Gesprächsrunde als gut.

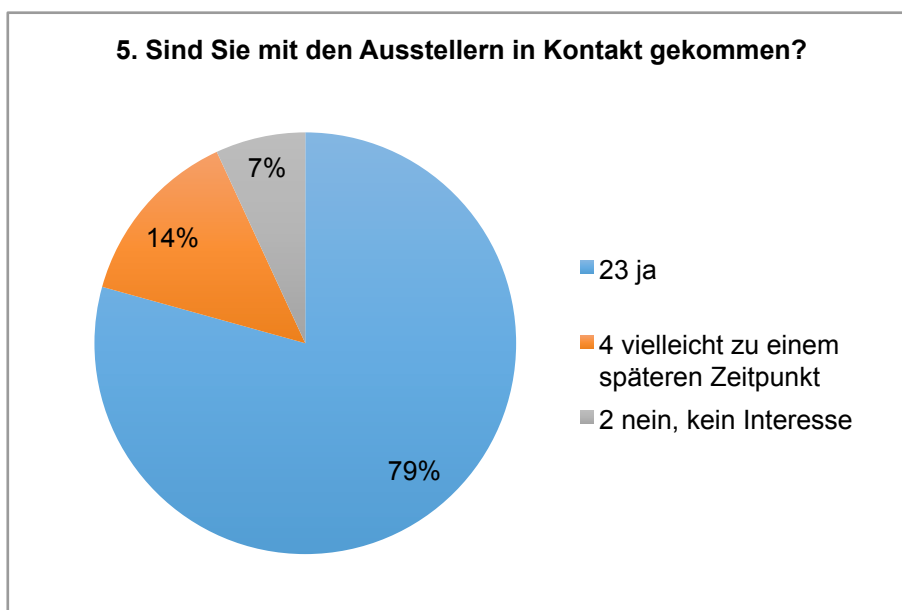
76% empfanden die Gesprächsdauer als genau richtig. 14% eher weniger und 7% empfanden es als zu lange. Bei dieser Frage gab es 1 Enthaltung.



Grafik 5: Animationsfilme (4. Frage)

Ziel: 80% der Besucher empfanden die Animationen als gut.

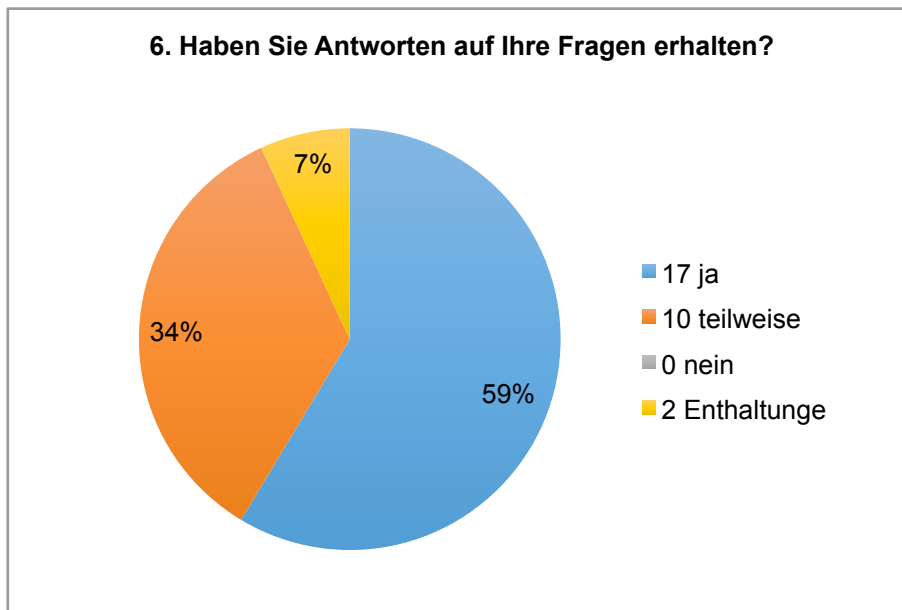
Die Animierten Filmsequenzen hatten 23 sehr gut und 5 gut gefallen. Nur eine Person konnten die Filme nicht überzeugen.



Grafik 6: Kontakt mit Aussteller (5. Frage)

Ziel: 80% der Besucher sind mit den Ausstellern in Kontakt gekommen.

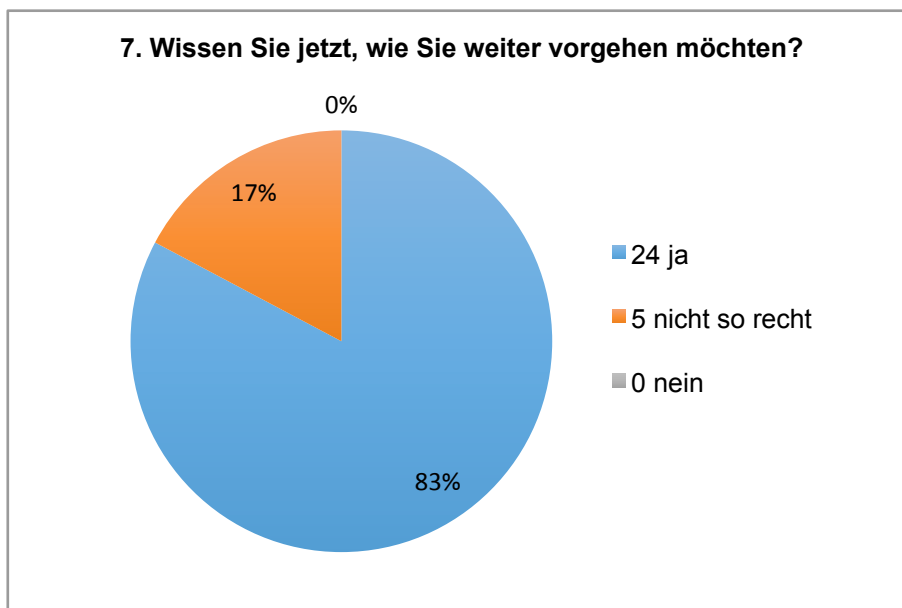
An der Infoveranstaltung hatten 23 Personen Kontakt mit den Ausstellern und 4 nehmen vielleicht zu einem späteren Zeitpunkt die Kontakte in Anspruch. Zwei Personen hatten keine Gespräche mit den Ausstellern.



Grafik 7: Beantwortung der Fragen (6. Frage)

Ziel: 80% der Besucher haben Antworten auf ihre Fragen erhalten.

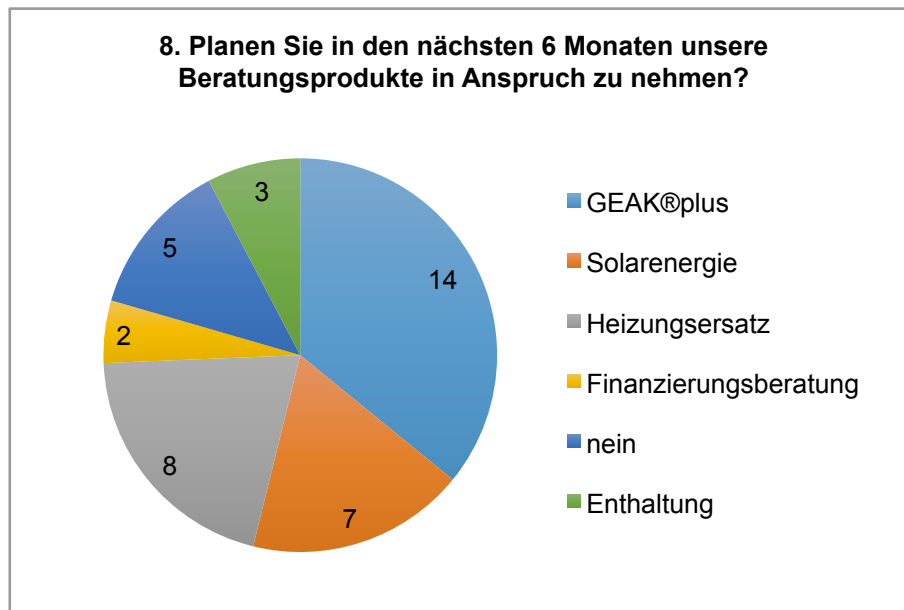
Über die Hälfte der Besucher konnten ihre Fragen beantworten, 10 davon nur teilweise. Eine Person bekam keine Antworten und 2 haben sich enthalten.



Grafik 8: weiteres Vorgehen (7. Frage)

Ziel: 80% der Besucher kennen ihr weiteres Vorgehen.

Hier wissen 5 Personen noch nicht so recht, wie sie weiter vorgehen möchten. Allen anderen sind ihre weiteren Schritte bekannt.



Grafik 9: Beratungsprodukte buchen (8. Frage)

Ziel: Die Beratungsprodukte werden in den nächsten 6 Monaten in Anspruch genommen.

Acht von 29 Personen nehmen kein Beratungsprodukt in Anspruch. Knapp über 70% beanspruchen eine oder mehrere Beratungen. 10 Teilnehmer haben einen Kommentar auf den Talons hinterlassen. Diese sind hier unverändert aufgelistet:

Tabelle 16: Kommentare von Umfrageteilnehmer (9. Frage)

Herr Porro ist zu cool (z.B. Spruch Souffleuse), ZKB ist unnötig auf Podium
Die konkreten Bezüge waren für uns Laien sehr wertvoll
Offizielle Fragerunde aus Plenum fehlte! Super Apéro! Gutes Essen
Im Film: Die Tabelle mit den Heizsystemvergleich wird zu schnell weggeblendet
Film: Tabelle mit Heizsystem zu kurz präsentiert
Überblick über das Grosse und Ganze, Heizungsersatz im Kontext schwankender Preise (Öl/Gas)
Vielleicht ein paar konkrete Beispiele aufzeigen. Aber gut auch so.
Schwerpunkt muss GEAK-Plus sein!
Getränke bei der Ausstellung vor der Info (z.B. Wasserflaschen)
Zusammenhang oder Abgrenzung zw. GEAK+ und Beratung Heizungsersatz/Sonnenenergie blieb unklar. Wenn GEAK+ Empfehlungen abgibt wozu dann noch Beratungen nötig?

3.4.3 Auswertung Besucherbefragung

Die Befragung hat ergeben, dass die Filme gut und abwechslungsreich sind, jedoch viele Informationen in einer kurzen Zeit vermittelt werden. Auch mit dem neuen Format (Gesprächsrunde) als allgemeiner Punkt waren alle vier Befragten zufrieden. Dazu meinten jedoch drei der Befragten, dass die Gespräche wenig spontan wirkten und zwei äusserten sich zum Stadtpräsidenten, der nicht gut vorbereitet gewesen sei. Dies liesse sich gemäss Herr H. Wiher mit einem Briefing mit der Gemeindevertretung vermeiden. Herr S. Fässler schlug vor, eine Energiebeauftragte Person oder der jeweiligen Bauchef der Gemeinde als Vertretung in die Gesprächsrunde zu wählen.

Seitens Herr A. Montani kam die Aussage zu den Filmen, die angeblich zu schnell seien und dadurch weniger Informationen mitgenommen werden konnten (im Vergleich zu den vorherigen Veranstaltungen). Das Feedback von den Talons zur Verständlichkeit der Inhalte und dem Eindruck der Animationen waren jedoch positiv. Zudem kamen keine weiteren Rückmeldungen zu diesem Thema. Somit lässt sich daraus schliessen, dass zumindest für die Mehrheit die Informationen aus den Filmen aufgenommen werden konnten.

Das Einbringen von Fragen oder eine Fragerunde wurde bei der Pilotveranstaltung vermisst und soll als Vorschlag wieder eingeführt werden. Da ist jedoch zu erwähnen, dass Herr H. Wiher die Fragerunde als unnötig empfunden hatte. Herr R. Baumbach brachte den Vorschlag, das Publikum mehr in die Runde miteinzubeziehen, indem beispielsweise ein Freiwilliger am Podium mitdiskutiert.

Im Gegensatz zum vorherigen Format, war der Aufbau der Gesprächsrunde des neuen Formates weniger klar. Als Vorschlag brachten zwei der Befragten ein, man könne zwischen den Filmen eine Übersichtsfolie zeigen, die den Besuchern zur Orientierung dient. Gemäss Herr H. Wiher wurde eine falsche Aussage betreffend der Bewilligung für Solaranlagen gemacht. Die während der Gesprächsrunde nach dem letzten Animationsfilm eingespielte Werbung war gemäss A. Montani extrem störend.

Die kompletten Befragungsdokumente sind im Anhang 1 Besucherbefragung zu finden.

4 Evaluationsbericht

Mit der Auswertung dieser drei angewendeten Methoden können nun die Ergebnisse diskutiert werden. Als Übersicht sind folgend nochmals die Ziele und Indikatoren aufgelistet. Die Daten der ergänzenden Ziele und Indikatoren in der zweiten Zeile wurden im Rahmen dieser Bachelorarbeit nicht gemessen, fliessen jedoch in den Bericht mit ein.

Tabelle 17: Ziele der Veranstaltung «starte! - energetisch modernisieren» mit Indikatoren

Ziele	Indikatoren
Die Besucherinnen und Besucher kennen die Beratungsprodukte und ihre Möglichkeiten	Anzahl gebuchte Beratungen
Die Besucherinnen und Besucher nehmen die Beratungsprodukte in Anspruch	Die Besucherinnen und Besucher buchen in den nächsten 6 Monaten eine Beratung
Die neuen Animationen kommen bei den Besuchenden gut an.	80% der Besuchenden finde die Animationen ansprechend.
Die Dauer der Gesprächsrunde ist angenehm.	80% der Besuchenden empfanden die Gesprächsdauer als richtig.
Die Inhalte der Gesprächsrunde sind klar formuliert.	80% der Besuchenden haben den Inhalt der Gesprächsrunde verstanden
Die Besucherinnen und Besucher nehmen an der Veranstaltung teil	Die Besuchenden sehen einen Vorteil bei einer Teilnahme
Die Besucherinnen und Besucher lassen sich von den Ausstellern beraten.	80% der Besuchenden kommen in Kontakt mit den Ausstellern.
Die Besucherinnen und Besucher sind mit der Veranstaltung zufrieden	90% der Besuchenden sind zufrieden mit der Veranstaltung
150 Besucherinnen und Besucher nehmen an der Veranstaltung teil	Es nehmen 150 Besucherinnen und Besucher an der Pilotveranstaltung teil.
Ergänzende Ziele (nicht gemessen)	Ergänzende Indikatoren (nicht gemessen)
Die Veranstaltung trägt dazu bei, dass es eine Reduktion der CO ₂ -Emissionen im Gebäudebereich gibt.	Im Verlauf der nächsten 10 Jahre, senkt sich der CO ₂ -Emission im Gebäudebereich.
Die Besuchenden werden für energetisch nachhaltige Renovationen sensibilisiert.	Keine Messungen möglich
20 Anlässe pro Jahr durchführen.	Anzahl Anlässe die durchgeführt werden
Die Besucherzahl erhöht sich im Vergleich zu den Jahren 2013 bis 2016.	Anzahl der Besucher
Die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer modernisieren ihre Gebäude energetisch.	Anzahl der energetisch renovierten Gebäude im Kanton Zürich
Auf der Internetseite können die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer die Beratungen schnell und einfach buchen.	Anzahl Beratungen, die über die Internetseite gebucht werden.

4.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammenfassend wirkte die Veranstaltung positiv auf die Besucherinnen und Besucher. Die Auswertung des Buzzers und der Talons waren mehrheitlich positiv.

4.1.1 Buzzer

Knapp über 90% waren mit der Veranstaltung zufrieden oder sehr zufrieden. Somit wurde das Ziel erreicht.

4.1.2 Fragetalon

Fasst man die Ergebnisse der Fragen 2. bis 7. zusammen und sortiert die Werte nach „gut“, „mittel“, „schlecht“ und Enthaltungen, so ergeben sich folgende Prozentsätze:

Tabelle 18: Gesamtauswertung der Talons

Gesamte Teilnehmerzahl (29)	„gut“	„mittel“	„schlecht“	Enthaltungen
100%	77.6%	17.2%	2.9%	2.3%

Bei dieser Tabelle ist zu erkennen, dass im Durchschnitt 77.6% der Teilnehmenden die Fragen die erste Antwort angekreuzt haben, welche als positiv („gut“) zu werten ist. 17.2% haben das zweite Kästchen angekreuzt. Diese ist als „mittel“ definiert. Lediglich 2.9% gaben eine schlechte Bewertung ab und 2.3% der Befragten enthielten sich bei den Fragen.

Die Auswertung der Interessen hat ergeben, dass keine Person, die teilgenommen hat, ohne Grund die Veranstaltung besuchte. Von den 29 teilnehmenden Personen nehmen 8 kein Beratungsprodukt in Anspruch. Knapp über 70% beanspruchen eine oder mehrere Beratungen.

4.1.3 Besucherbefragung

Bei der mündlichen Besucherbefragung stellten sich die Animationen wie auch das Format der Gesprächsrunde als positiv heraus. Jedoch wirkte die Gesprächsrunde wenig spontan und der Stadtpräsident sei zu wenig gut vorbereitet gewesen. Drei von den vier Befragten fehlten die Fragen aus dem Publikum. Ein weiterer Vorschlag für eine bessere Orientierung während der Gesprächsrunde ist eine Übersichtsfolie, die aufzeigt, über welches Thema gesprochen wird.

4.2 Diskussion

4.2.1 Diskussion Buzzer

Die Teilnahme von knapp 90% der gesamten Besucherzahl lässt auf eine gute und geeignete Methode schliessen. Geplant ist kein weiterer Einsatz des Buzzers, da die über neunzigprozentige Zufriedenheit der Besuchenden keine weitere Überprüfung derselben erfordert.

Bei den 8 Teilnehmern, die mit der Veranstaltung nicht zufrieden waren, kann der Grund für ihre Unzufriedenheit nicht abschliessend ermittelt werden, da sie nur den Buzzer „unzufrieden / sehr unzufrieden“ gedrückt haben. Es kann davon ausgegangen werden, dass ihre Fragen nicht beantwortet wurden, die Veranstaltung zu lange war, oder sie kein Interesse an den Themen der Veranstaltung entwickeln konnten. Die wenigen Personen, die bei den Fragetalons etwas Negatives angekreuzt haben, neigten wahrscheinlich eher dazu, eines der roten Smileys auszuwählen. Doch kann gesagt werden, dass gemäss der eruierten Besucherzufriedenheit die Veranstaltung einen guten Eindruck hinterlassen hatte.

Zu beachten ist der Einfluss des grosszügigen Apéros über alles gesehen auf die Besucherzufriedenheit. Eine Auswahl von veganen, vegetarischen, fleischhaltigen, fischhaltigen und süssen Häppchen kann die Grundstimmung positiv beeinflussen (siehe Abbildung 25).



Abbildung 25: Kleiner Ausschnitt vom Apéro in Wädenswil (Foto: Herr Cyril Hofer)

4.2.2 Diskussion Fragetalon

Am Schluss der Gesprächsrunde verwies Herr T. Porro auf den Fragetalon und den zu gewinnenden Preis von Reka-Checks im Wert von 250.00 CHF. Dies führte zu einer Rücklaufquote von knapp 30% und ist daher aussagekräftig.

Gemäss der Auswertung sind die Inhalte verständlich, was auch aus den Antworten von 24 Personen, die nun wissen wie sie weiter vorgehen möchten, zu entnehmen ist. Es ist davon auszugehen, dass bei den fünf Teilnehmern, die es noch nicht so recht wissen, die Inhalte nur teilweise verständlich waren oder sie keine oder nur teilweise Antworten auf ihre Fragen erhielten. Eine Kontaktaufnahme mit diesen Besuchern könnte Aufschluss geben, welche Fragen noch zu beantworten sind und wieso sie allenfalls die Antworten auf ihre Fragen nicht erhielten. Ein anderer Grund für das Unwissen über das weitere Vorgehen könnte sein, dass sechs Personen nicht mit den Ausstellern in Kontakt kamen.

Aus den geplanten Beratungen der Besuchenden entschieden sich 14 für einen GEAK®Plus. Die hohe Anzahl ist mit dem Förderprogramm der Stadtenergie Wädenswil zu erklären. Die Besitzerinnen und Besitzer von Einfamilienhäusern haben die Möglichkeit, für 450.00 CHF (statt 1850.00 CHF) einen GEAK®Plus zu buchen (Energistadt Wädenswil, 2017). Auch die zwei Beratungsangebote der EKZ (Solarenergie und Heizungsersatz) sind mit 250.00 CHF (statt 400.00 CHF) kostengünstig. Bei dieser Frage, ob die Teilnehmenden ein Beratungsprodukt buchen, haben sich zwei enthalten und fünf planten, kein Beratungsprodukt in Anspruch zu nehmen. Bei den Enthaltungen ist anzunehmen, dass sie sich noch nicht sicher sind. Fehlende finanzielle Mittel, ein Wohnsitz ausserhalb von Wädenswil oder Unklarheit über das weitere Vorgehen könnten Gründe sein, dass sich die Personen für keine Beratung entschieden haben.

Für einen Besucher war der Zusammenhang, respektive die Abgrenzung zwischen GEAK®Plus und den Beratungsprodukten Solarenergie und Heizungsersatz nicht klar. Die Besucherinnen und Besucher können selber entscheiden, für welche Beratung sie sich entscheiden. Ist beispielsweise die Gebäudehülle gut gedämmt, aber eine Photovoltaikanlage oder eine neue Heizung optional, reicht eine Solarenergie- oder Heizungsersatzberatung. Dies erklärt auch, wieso der Schwerpunkt nicht nur auf dem GEAK®Plus liegen soll. Der einzelne Kommentar, dass die ZKB auf dem Podium unnötig sei, kann der Meinung der Autorin nach ignoriert werden. Als Projektpartner haben sie das Recht, die Besuchenden auf ihr Angebot aufmerksam zu machen. Zudem ist die Wahrscheinlichkeit relativ hoch, dass die ZKB als Finanzexperte künftig in der Fragerunde auf Finanzthemen angesprochen wird und so die Anwesenheit der ZKB durchaus relevant ist.

Die Tabelle mit dem Heizsystemvergleich wurde gemäss zwei Besuchenden zu schnell wieder ausgeblendet. Dies ist mit den Projektpartnern und Herr R. Villiger (ix creations GmbH) zu klären. Gemäss Herr T. Porro war er bei der Pilotveranstaltung sehr nervös und daher etwas unkontrolliert, was auch den Kommentar „Herr Porro ist zu cool“ erklären würde.

Der verwendete Fragetalon soll für zukünftige «starte!-» Veranstaltungen auch wieder eingesetzt werden. Dafür sind Anpassungen notwendig, die darauf abzielen, einen Talon zu entwerfen, der nicht für jede einzelne Veranstaltung angepasst werden muss (siehe Kapitel 5.1 Optimierungs- und Änderungsvorschläge).

4.2.3 Diskussion Besucherbefragung

Das als gut befundene neue Format mit der Gesprächsrunde und den Animationen spricht für die Überarbeitung von «starte!». Im Vergleich zu der ehemaligen Veranstaltung mit den Referaten fehlte neu die Orientierung. Dies ist damit zu erklären, dass kein konkreter Ablauf aufgezeigt wird (nur mündlich erwähnt) und alle Projektpartner, inklusive einer Gemeindevertretung, gemeinsam die Themen diskutieren. Diese werden zwar vorgestellt und sind am Stehtisch angeschrieben, was aber aus den hinteren Reihen nicht zu sehen war. Zuvor referierten die drei Projektpartner einzeln, unterstützt mit einer Powerpoint-Präsentation. Dadurch war eine klare Trennung der Inhalte ersichtlich. Heute liegt der Fokus auf den Beratungsprodukten, welche Anlass geben, alle Projektpartner inklusive Gemeindevertretung in das Gespräch miteinzubeziehen. So kann die Gemeinde während eines Gesprächsblocks – und nicht schon bei der Begrüssung - auf eine Förderung hinweisen, wie beispielsweise an der Pilotveranstaltung mit der GEAK® Plus – Aktion. Zudem wäre es denkbar, dass eine Folie während der Vorstellungsrunde zu sehen ist, auf der die anwesenden Podiumsteilnehmer vorgestellt werden. Nach dem letzten Animationsfilm lief die Werbeschleife, die auch bei der Ausstellung gezeigt wurde. Dies hat damit zu tun, dass die Dateien mit den Filmen und der Werbung nacheinander abgespielt werden, wenn sie nicht gestoppt werden.

Die fehlende Spontaneität der Podiumsteilnehmer kann damit erklärt werden, dass sie sichtlich nervös waren. Zudem übersprang der Moderator Herr T. Porro zwei Fragen, was die Projektpartner kurz aus dem Konzept brachte. Dies kann jedoch mit Training und Erfahrung vermindert werden.

Das mangelnde Fachwissen und die schlechte Vorbereitung des Stadtpräsidenten lag gemäss Herr T. Porro nicht an dem fehlendem Briefing, sondern an der mangelnden Informationsbeschaffung und der Vernachlässigung des Einlesens in das Drehbuch. Zukünftig sollte klar kommuniziert werden, welchen Auftrag die Gemeindevertretung hat, und wie schon genannt, ist eine Person, die mit dem Thema vertraut ist, aufzubieten.

Die auseinandergehenden Meinungen bezüglich der Fragemöglichkeiten des Publikums hat mit dem Grund des Besuches der einzelnen Befragten zu tun. Beispielsweise hat S. Fässler (Hoval AG) als Fachpartner Interesse, in die Gesprächsrunde miteinbezogen zu werden und würde gerne auf spezifische Fragen reagieren. Anders ist es bei H. Wiher, welcher als externe Person an den Veranstaltungen teilnahm. Er verfügt als Leiter Energie und Technik beim Departement Bau über ein grosses Fachwissen. Herr Wiher findet eine Fragerunde unproduktiv, da zu viele Fragen gestellt werden, die nicht von allgemeinem Interesse sind und nur einzelne Personen betreffen.

Den Einbezug eines Besuchers, der freiwillig an der Podiumsdiskussion teilnimmt, ist nicht im Sinne der Projektpartner. Dafür müsste das Drehbuch angepasst werden und ein ausführliches Briefing wäre nötig.

Der Zeitaufwand wäre somit für die Gemeinde sowie auch für Herrn T. Porro sehr gross. Zudem ist zu beachten, dass es nicht ganz einfach ist, in jeder Gemeinde eine Person zu finden, die geeignet und bereit ist, an der Gesprächsrunde teilzunehmen.

Bei den Antworten auf die Fragen zu den vorherigen Veranstaltungen muss noch erwähnt werden, dass nicht alle der vier Befragten das ehemalige Format mehrmals gesehen hatten. Ist es lange her oder beschränkte sich der Besuch auf eine einzige Veranstaltung, so ist es möglich, dass sie sich nicht an alles erinnerten.

4.2.4 Diskussion der Nachbesprechung mit dem Projektteam

Gemäss Protokoll des Debriefings (Anhang 3 16_Protokoll) waren 120 Besucherinnen und Besucher anwesend. Die Zahl 100, welche S. Rudin nannte, ist die Zählung ohne Aussteller, Helfer und Podiumsteilnehmer. Das von dem Projektteam genannte Verbesserungspotential ist auch aus den Talons und der Besucherumfrage zu lesen.

Inhaltlich wurde die lange und thematisch zu detaillierte Ansprache des Stadtpräsidenten kritisiert. Er erklärte bei der Begrüssung die Aktion vom GEAK®Plus und beschrieb das Produkt. Dies ist nicht im Sinne der Projektgruppe, da der Produktbeschrieb im Auftrag der Podiumsteilnehmer liegt. Auch hier ist davon auszugehen, dass es an der fehlenden Vorbereitung des Stadtpräsidenten gelegen haben kann. Gemäss Herr T. Porro hatte er ihm seine Aufgaben erklärt. Dies gab dann zu diskutieren, ob der Stadtpräsident die richtige Person ist für die Gesprächsrunde. Das Projektteam war sich einig, dass das zukünftig eine Person sein soll, welche mit den besprochenen Themen vertraut ist. Dies schliesst jedoch nicht aus, dass die Begrüssung durch die Stadtpräsidentin, den Stadtpräsidenten oder anderes Exekutivmitglied erfolgt. Eine kurze Begrüssung seitens der Gemeinde ist erwünscht und führt zur kürzeren Gesprächsdauer. Dies gilt auch für die An- und Abmoderation. Es ist davon auszugehen, dass sich das mit der Zeit und der Erfahrung oder auch einem Training verbessert.

Die Aufstellung des Podiums empfand Herr T. Porro als nicht optimal. Seine Position war in der Mitte und daher hatte er die grösste Distanz zum Publikum. Da er jedoch näher am Publikum stehen will, soll die Anordnung geändert werden. Dies hätte auch Vorteile im Bezug auf mehr Interaktion mit dem Publikum.

Die Podiumsteilnehmer tragen ein Mikrofon mit Freisprecheinrichtung. Dieses wird mittels eines Bogens um den Hals befestigt und mit dem beweglichen Mikrofonhals positioniert. Ist die Position des Mikrofons jedoch nicht optimal (zu nahe), ist wie bei der Pilotveranstaltung das Atmen zu hören. Zu weit weg führt zum schlechten Verständnis durch die fehlende Lautstärke. Ein Soundcheck für die Animationen und die Einstellung der Lautstärke wurde gemacht, jedoch nicht für die Mikrofone der Sprecher. Vermeiden lässt sich dies, indem künftig alle Mikrofone kurz vor der Veranstaltung nochmals geprüft, richtig eingestellt und positioniert werden.

Das Feedback zu den Druckunterlagen war positiv. Das neue Layout ist einheitlich und ansprechend. Daran sollte auch nichts geändert werden. Lediglich der Fragetalon sollte ortsunabhängig sein, so dass er für alle Veranstaltungen brauchbar ist.

Inhaltlich ist aufgefallen, dass das Thema MINERGIE® wenig Zusammenhang zu dem vorherigen Thema hat. Der abrupte Wechsel von Hypothekargeschäft bei einer Modernisierung zu MINERGIE® macht wenig Sinn. Optional könnte dies zu einem späteren Zeitpunkt diskutiert werden (beispielsweise beim Beratungsprodukt GEAK® Plus).

5 Empfehlungen

Im folgenden Kapitel werden Empfehlungen aufgezeigt, welche das Ziel haben, die Veranstaltung zu optimieren. Die Vorschläge wurden aus den Auswertungen der Talons, der Besucherbefragung und der Nachbesprechung vom 5. September 2017 (Anhang 3 16_Protokoll) erarbeitet. Zudem gibt es Vorschläge, wie die langfristigen Ziele gemessen werden können.

5.1 Optimierungs- und Änderungsvorschläge

Die nachfolgenden Empfehlungen (siehe Tabelle 19), welche aus den Auswertungen und Diskussionen der Fragetalons und den Besucherumfragen erarbeitet wurden, zeigen Vorschläge, wie die Durchführung optimiert und das positive Empfinden gesteigert werden kann.

Tabelle 19: Optimierungsvorschläge aus den Auswertungen der Fragetalons und Besucherumfragen

Empfehlung	Methode
Gesprächsrunde trainieren	Mit einem Treffen der Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner am Veranstaltungstag, könnten die Podiumsteilnehmer das Gespräch nochmals üben.
Gastredner besser integrieren	Themen- / Zeitrahmen klar definieren.
Die Vertretung der Gemeinde frühzeitig kontaktieren und schulen	Eine klare Aufgabenformulierung verhindert bei der Gesprächsrunde allfällige Missverständnisse oder Ungewissheit. Um die Vorbereitung zu verkürzen, wäre eine Textvorlage sinnvoll.
Funktion von Beamer und Mikrofon testen und einstellen (Plazierung, Lautstärke).	Vor der Türöffnung sollte die Technik durch eine Fachperson geprüft und eingestellt werden. Die Mikrofone sollten vorteilweise mit den Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner getestet werden.
Während der Fachpartnerausstellung vor der Gesprächsrunde Getränke anbieten.	Es wäre vorstellbar, dass dies die Gemeinde organisiert. Die übrigen Getränke könnten sie am anschliessenden Apéro wiederverwenden. Eine andere Möglichkeit wäre die Bereitstellung von Getränken durch «starte!». Dies ist jedoch mit zusätzlichem Personal (bei Zahlungspflicht) oder Kosten (wenn die Getränke offeriert werden) verbunden.
Während der Fachpartnerausstellung schon auf die Besucher zugehen.	Jeder Ausstellerstand wird durch mindestens eine Person betreut. Hier gäbe es die Möglichkeit, die Besucherinnen und Besucher vor der Veranstaltung anzusprechen.

Folie mit Fotos und Namen der Podiumsteilnehmer zeigen.	Ein Foto mit Namen und der Rollenbezeichnung könnte mit einer Folie während der Vorstellungsrunde gezeigt werden. Dadurch wissen auch die Besucher, welche weiter hinten sitzen, wer für welches Thema zuständig ist.
Wenn keine Animation läuft, Folie projizieren mit einer Übersicht der Themen.	Auf den Folien könnte der Ablauf der Gesprächsrunde dargestellt werden (das ist «starte!», GEAK®Plus, Heizungsersatz, Solarenergie, Finanzierung).
Fragen aus dem Publikum zulassen.	Eine Fragerunde nach dem Podiumsgespräch einplanen oder die Fragen nach den jeweiligen Gesprächsthemen (vor der nächsten Animation). Hier ist das Zeitmanagement zu beachten. Mit Fragen mitten in den Gesprächen kann dieser Teil der Veranstaltung länger dauern als geplant. Ist der Abschluss der Gesprächsrunde gemacht, ist die Fragerunde wie ein zusätzlicher Teil, bei welchem die Dauer weniger relevant ist.
Beschriftung der Stehtische vergrössern.	Neue, grössere Beschriftungen drucken lassen und diese vorne an die Stehtische hängen.
Falsche Aussagen vermeiden.	Dies kann mit Recherchieren verhindert werden.
Tabelle mit dem Heizsystemvergleich länger einblenden.	Für die Umsetzung Auftrag an Herr R. Villiger.
Klares Aufmerksammachen auf die Aussteller für Antworten auf ihre Fragen.	Beim Abschluss nochmals erwähnen, dass Fachleute vor Ort sind (Aussteller), die gerne die Fragen beantworten.
Bild und Ton nach dem letzten Film ausschalten.	Da der Film sowieso manuell gestoppt werden muss, kann der Moderator zu diesem Zeitpunkt den Ton und den Beamer ausschalten, oder ihn auf Standby setzen.
Kontaktaufnahme mit den Teilnehmern, welche die Fragetalons ausgefüllt hatten.	Sind die Rückmeldungen negativ oder steht ein Kommentar, der zu denken gibt, kann eine telefonische Kontaktaufnahme durchgeführt werden.

In Tabelle 18 sind Empfehlungen und Methoden für Optimierungen ersichtlich, welche beim Debriefing diskutiert wurden. Diese beziehen sich auf die Inhalte, die Druckunterlagen und der Anordnung der Podiumsteilnehmer.

Tabelle 20: Optimierungsvorschläge gemäss Debriefing

Empfehlungen	Methode
Anordnung der Podiumsteilnehmer anpassen.	Moderatorin oder Moderator beim äussersten Stehpult platzieren.
An- und Abmoderation verkürzen.	Gemeinsam mit dem Projektteam besprechen und im Drehbuch anpassen.
Stellenwert des Themas MINERGIE® ergänzen.	Thema MINERGIE® beim Beratungsprodukt GEAK®Plus integrieren (Drehbuch anpassen)
Fragetalons auswerten, Verlosung mit Preisversand, Berichterstattung	Für die weiterführende Erfolgskontrolle müssen die Fragetalons ausgewertet werden, um die Qualität zu sichern oder zu steigern. Zudem muss der Versand der REKA®Checks gewährleistet sein.
Anpassen und vereinfachen des Fragetalons für Ortsunabhängigkeit.	Einsendeschluss entfernen Beim ersten Satz auf der Rückseite – „ <i>Herzlichen Dank für Ihren Besuch an der Info-Veranstaltung in Wädenswil.</i> “ – ist auf die Ortschaft (hier Wädenswil) zu verzichten. Frage 4. „sehr gut“ zu „ja“ und „gar nicht“ zu „nein“ ändern.

5.2 Messvorschläge der langfristigen Ziele

Kapitel 4 Erfolgskontrolle thematisiert Ziele, welche durch die in der vorliegenden Arbeit angewendeten Methoden nicht gemessen werden konnten. In der Tabelle 21 werden diese nochmals aufgeführt und mit möglichen Messungen oder Datenerhebungen ergänzt. Für die Datenerhebungen, die nicht durch die Programmpartner durchgeführt werden können, existieren Statistiken, die bei den hier vorgeschlagenen Quellen zu beziehen sind.

Tabelle 21: Vorschläge für die Messung von langfristigen Zielen

Ziel	Messung / Datenerhebung
Die Veranstaltung trägt dazu bei, dass es eine Reduktion der CO ₂ - Emissionen im Gebäudebereich gibt.	Das Bundesamt für Umwelt (BAFU) macht Datenerhebungen der CO ₂ -Abgabe von Brennstoffen. Diese Statistiken sind öffentlich und können auf der Internetseite vom BAFU entnommen werden.
20 Anlässe pro Jahr durchführen.	Sind es weniger als 20 Veranstaltungen, die durchgeführt werden, wäre es möglich weitere Werbemassnahmen zu ergreifen. Beispielsweise wäre es denkbar, Werbeflyer per Email oder per Post an die Gemeindevertretungen zu senden. Auch telefonische Anrufe, um für das Angebot zu werben, sind denkbar.
Die Besucherzahl erhöht sich im Vergleich zu den Jahren 2013 bis 2016.	Zählungen an den Veranstaltungen geben Aufschluss über die Besucherzahlen. Die bisherigen Datenerhebungen sollten definitiv weitergeführt und schriftlich festgehalten werden, um die stetige Evaluation gewährleisten zu können. So können später Vergleiche mit den ersten Feedbacks der Pilotveranstaltung gemacht und Fortschritte und Entwicklungen festgestellt werden. Können nicht mehr Besucher aufgewiesen werden, ist auch hier Aktivwerbung denkbar.
Die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer modernisieren ihre Gebäude energetisch.	Es liegen Statistiken vor, welche aufzeigen, wie viele Einfamilienhäuser renoviert wurden (Bundesamt für Statistik).
Auf der Internetseite können die Hauseigentümerinnen und Hauseigentümer die Beratungen schnell und einfach buchen.	Für eine Auswertung zur Kundenzufriedenheit nach dem Buchen von Beratungen wäre eine Frage mit Antwortmöglichkeit (zum Ankreuzen) denkbar.

6 Eigene Erkenntnisse

Um die vorliegende Bachelorarbeit abzuschliessen, sollen im folgenden Kapitel die eigenen Erkenntnisse erläutert sowie das Vorgehen und die Ergebnisse der Arbeit kritisch reflektiert werden.

Als Teil des Projektteams war ich bei den Teamsitzungen dabei, hatte Mitspracherecht, unterstützte Herrn Porro bei den Protokollen, dem Ab- und Aufräumen bei der Veranstaltung und gestaltete das Drehbuch. Mit der Hilfe von Evelyn Rubli, Antje Horvath, Gian Cavigelli, Beat Schümperli und Tom Porro konnte ich eine gute und aussagekräftige Erfolgskontrolle erarbeiten und durchführen.

Erarbeitung der Erfolgskontrolle:

Die Herausforderung in der Erarbeitung der Erfolgskontrolle war es, für jedes gesetzte Ziel der Pilotveranstaltung und des Relaunches geeignete Methoden zu finden, um ebenjene Zielerreichung zu messen. Hinzu kam die begrenzte Zeitspanne für die Erarbeitung, Durchführung und Auswertung. Dies machte sich vor allem bei der Besucherbefragung bemerkbar. Es ist davon auszugehen, dass die Antworten der Befragten ausführlicher gewesen wären, hätten sie mehr Zeit gehabt für das Ausfüllen der Talons. Das grosszügige Budget erlaubte es, Kosten für die Erfolgskontrolle zu generieren, was das professionelle Erarbeiten und auch Durchführen der Erfolgskontrolle vereinfachte. Mit dem Buzzer, den Fragetalons und den Interviews konnten die definierten Ziele gemessen werden. Die Projektpartner teilen diese Meinung und verwenden die Fragetalons für kommende Veranstaltungen für die Erfolgskontrolle. Trotz der limitierten Zeit können die drei erarbeiteten Methoden schlussendlich also als hilfreich und zielführend gesehen werden.

Durchführung:

Die Durchführung der Erfolgskontrolle bei der Pilotveranstaltung verlief gut. Die Unterstützung von Herrn Tom Porro und Herrn Fabio Christen, welche die Besuchenden zum Ausfüllen des Talons und Drücken des Buzzers aufforderten, verhalf mir dazu, eine relativ hohe Rücklaufquote bezüglich Talons und Buzzer zu erreichen. Ebenfalls waren beide Methoden für die Besuchenden einfach zu verstehen und die Ausführung des Buzzers sowie auch das Ausfüllen des Talons benötigten keinerlei Erklärungen im Vorfeld. Die Methode der persönlichen, qualitativen Befragungen erwies sich als Herausforderung. Besonders die Suche nach Personen, welche beide Eventformate bereits gesehen hatten, stellte sich als schwierig heraus. Gerne hätte ich eine Person befragt, die als Hauseigentümerin oder Hauseigentümer an den Veranstaltungen war und nicht nur Fachexperten. Dies hätte eine weitere Umfrage am der Pilotveranstaltung benötigt, was durch mangelnde zeitliche und personelle Ressourcen nicht realistisch war. Somit blieb es bei den vier Befragten, welche sich dazu bereit erklärten, die alte und die neue Veranstaltung zu vergleichen. Alle der vier Befragten beantworteten meine Fragen bis ca. zwei Wochen nach der Pilotveranstaltung. Wäre mir mehr Zeit zur Verfügung gestanden, hätte ich gerne alle persönlich interviewt.

Auswertung:

Die Buzzerdaten auszuwerten, erwiesen sich wider Erwarten als etwas schwieriger, als anfangs gedacht war. Die mir zugestellten Daten waren zu Beginn die Falschen, was sich aber nach Kontaktaufnahme mit den Buzzer-Verantwortlichen klären konnte. In einem weiteren Schritt wurde klar, dass die Zählung der Buzzerdrücker bereits fünf Stunden vor Eventbeginn startete und der Buzzer in dieser Zeit auch tatsächlich betätigt wurde. Dies verfälschte die Resultate insofern, als dass die Personen, welche den Buzzer in der Zeit vor dem Event drückten, den Event noch gar nicht besucht hatten und so auch keine wahre Rückmeldung geben konnten. Mit dem Weglassen der Daten zwischen 15:00 Uhr und 20:00 Uhr konnte dieses Problem behoben und die Datenauswertung korrekt durchgeführt und dargestellt werden. Abgesehen von dieser kleinen Problematik kann der Buzzer als sehr gut geeignete Methode für eine solche Umfrage gesehen werden. Die Auswertung passiert automatisch und digital und die Anwendung ist für die Benutzenden praktisch selbsterklärend. Auch die Methode der quantitativen Befragung in Form eines Umfragetalons erwies sich als praxisorientiert, zielführend und somit gut. Für die Datenerhebung der Talons erstellte ich im Vorfeld eine Excel- Tabelle, in welcher ich die Antworten übertragen konnte. Dies funktionierte sehr gut und ist eine Variante, die ich für zukünftige Erhebungen wieder verwenden werde. Die Antworten der Befragten hielt ich in einem Worddokument fest und konnte aus diesem die Informationen für die Arbeit entnehmen.

Arbeit

Mit dem Skript Umweltkommunikation als Vorlage konnte ich die an den Sitzungen besprochenen Themen in einer logischen Reihenfolge und nach Konzept niederschreiben. Probleme bereitete mir, mich auf das Wichtigste zu beschränken und den Umfang der Dokumentation inhaltlich zu begrenzen. Durch die Erarbeitung der passenden Evaluationsmethoden waren Auswertung und Schlussdiskussion im Projektteam spannend und führten schlussendlich zu einem Empfehlungskatalog, der zu einer Optimierung der Veranstaltung beitragen kann. Hinsichtlich dieser Tatsache kann die vorliegende Arbeit also als praxisbezogen und relevant bezeichnet werden.

Mit dieser Arbeit wurde mir bewusst, wie viel Zeit und Aufwand eine solche Überarbeitung in Anspruch nimmt. Und auch, wie viele Details berücksichtigt werden müssen, was mir vor allem in der Entwicklung der Animationen auffiel. Beispielsweise wurde diskutiert, ob der GEAK-Experte einen Bart trägt oder nicht. Sowohl Planung und Durchführung der Veranstaltung als auch die Analysearbeiten im Anschluss an das Event sind Tätigkeiten, welche sich durchaus als nützlich für meinen künftigen beruflichen Alltag erweisen werden. Bei einem solch grossen Projekt mit vielen verschiedenen involvierten Partnern mitarbeiten zu können, war für mich eine wichtige Erfahrung und das Schlussergebnis der vorliegenden Arbeit bringt einen tatsächlichen Praxisnutzen sowohl für mich als auch für das gesamte Projektteam mit sich.